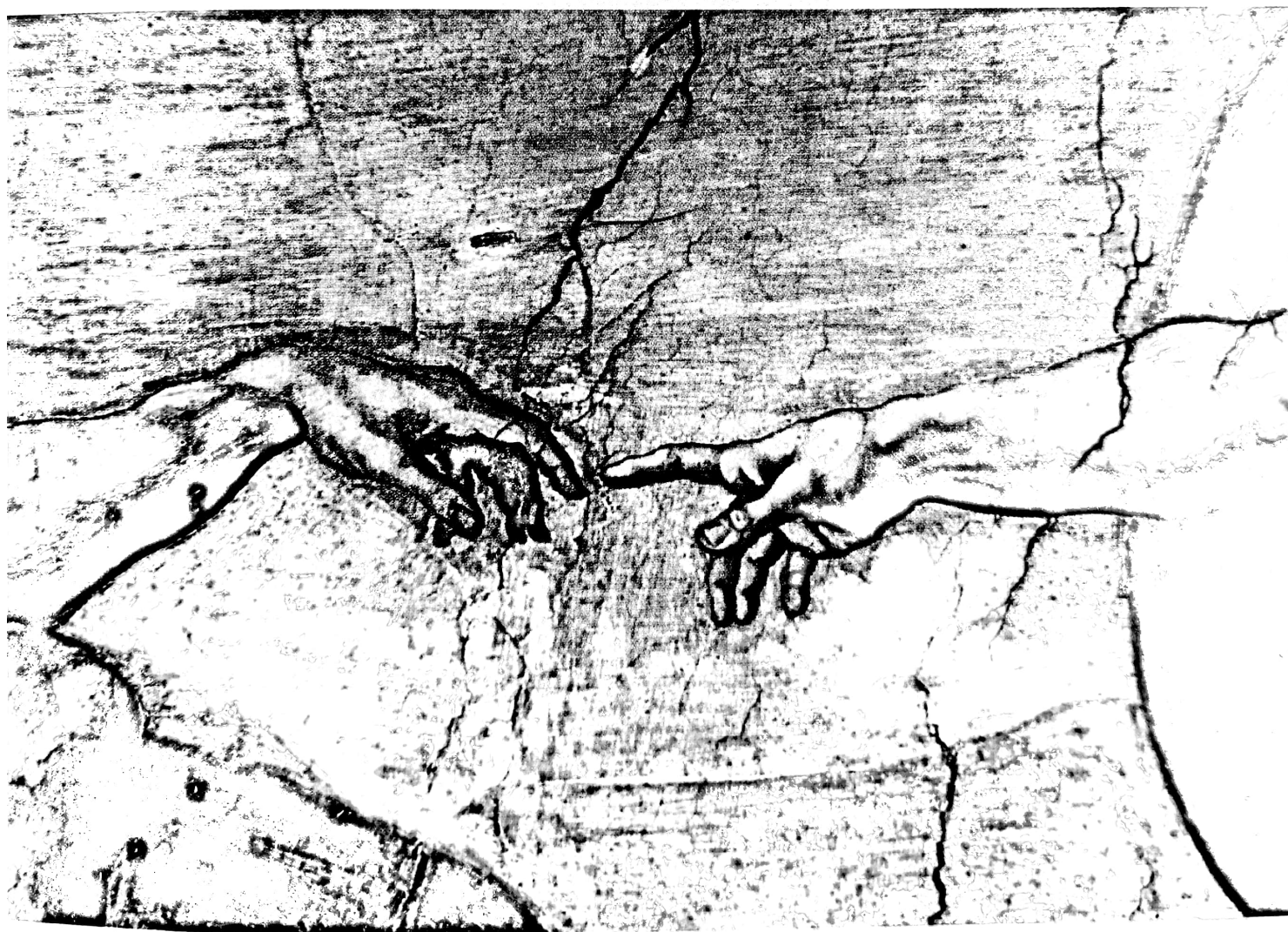


Mirela AIOANE

**FORME ALOCUTIVE ȘI
REVERENȚIALE ÎN LIMBILE
ROMANICE**

*** * ***

**PRONUMELE ALOCUTIVE
ÎN LIMBAJUL PUBLICITAR**



**Universitas
XXI**



A. Irimia

Mirela AIOANE

**FORME ALOCUTIVE ȘI REVERENȚIALE
ÎN LIMBILE ROMANICE**

* * *

**PRONUMELE ALOCUTIVE
ÎN LIMBAJUL PUBLICITAR**
(în limbile română, italiană, franceză)

Domnului profesor,
Sunteti IRIMIA,
cu stinca și multumiri
Mirela Aioane

Universitas XXI
Iași, str. Toma Cozma, nr. 5
tel.: 0744 568 064
e-mail: dram@mail.uaic.ro

Corectura autorului

ISBN : 973-8344-76-X

I. INTRODUCERE

1. Stadiul cercetării pronumelui de reverență în limbile romanice

Problema exprimării reverenței¹ prin pronume personale, în fiecare limbă romanică, a fost studiată parțial, sub diferite aspecte. Cercetările au vizat reverența într-o anumită perioadă istorică sau la un anumit nivel socio-cultural. Fiecare limbă romanică dispune în prezent de studii referitoare la exprimarea politeții pronominale, dar nu s-a scris, după câte știm, o lucrare de sinteză din perspectivă istorică și comparată.

O lucrare de referință este *Strutture allocutive² pronominali riverenziali in italiano* a lingvistului român Alexandru Niculescu. Acest studiu este completarea tezei sale de doctorat, publicată cu titlul *Structura și evoluția exprimării pronominale a reverenței în limba italiană*, București, 1968.

Romanistul Alexandru Niculescu afirmă că problema exprimării pronominale a politeții poate fi examinată din două puncte de vedere: unul filologic și altul lingvistic. Cercetarea filologică are în vedere atestarea, evoluția, difuzarea și dispariția formelor pronominale romanice, iar cercetarea lingvistică ia în considerație structura și funcțiile adresării reverențiale în vorbire și în scris.

Cercetările istorice și comparative referitoare la pronumele reverențiale sunt numeroase. Studiile lui F. Diez (1836) și de Meyer-Lübke (1902), apoi cele ale lui G.Ehrismann (1904) au deschis calea cercetărilor următoare. K.Nyrop în lucrarea *La politesse, ses formes et ses formules*, în

Linguistique et histoire des mœurs, Paris, 1934, face o primă încercare de interpretare semantică a raporturilor reverențiale. Problema exprimării pronominale este cercetată în 1960 de Roger Brown și Albert Gilman cu *The pronouns of Power and Solidarity*, apărută la New York, în *Style in language*, 1960. Aceasta din urmă abordează fenomenul din perspectiva semanticii structurale.

Studiile cele mai numeroase privind pronumele de reverență în limbile romanice se referă la limba portugheză. Mulțimea de studii dedicate formelor reverențiale este justificată de inventarul pronominal foarte bogat în această limbă.

De perioada arhaică s-a ocupat Marilina dos Santos Luz în *Formulas de tratamento no portugues arcaico*, Coimbra, 1956, iar mai recent, un studiu important este cel al lui Luis F. Lindley Cintra, *Sobre "formas de tratamietno" na lingua portuguesa*, Lisboa, 1972. Există studii și asupra limbii portugheze vorbite în Brazilia; de pildă, Antenor Nascentes cu *Formulas de tratamietno no Brasil nos seculos XIX e XX*, în *Revista portuguesa de Filologia*, III, 1950.

După știința noastră, a doua limbă în ordinea interesului acordat studierii reverenței pronominale este franceza. Este vorba mai ales de studii dedicate limbii franceze arhaice. Importantă este contribuția lui L. Foulet cu lucrarea *Petite syntaxe de l'ancien français*, Paris, 1958, care acordă un spațiu amplu dialogului și formelor reverențiale, făcând o descriere a situațiilor stilistice relevante. Fazele mai recente ale limbii franceze au fost studiate mai puțin.

În ceea ce privește limba spaniolă, în ciuda diversității formelor reverențiale, studiile sunt sporadice și parțiale: R. Menendez Pidal, *Manual de gramática historica española*, Madrid, Espsa-Calpe, 1973, pentru perioada arhaică, José Plà Carceles cu studiul *La evolucion del tratamietno Vuestra Merced*, în *Revista de filologia española*, X, 1913. Meritul său

este de a se fi ocupat în evoluția sistemului pronominal reverențial spaniol de forma "Vuestra Merced", apărută, se pare, în secolul al XVI-lea și generalizată în secolul următor și, de asemenea, de procesul de depreciere a pronumelui *vos* în secolele menționate.

Domeniul spaniol al Americii Latine a fost mult mai mult explorat. Fenomenul central al exprimării îl constituie fenomenul lingvistic numit "voseo", folosirea formelor de persoana a doua plural fără sens reverențial; lipsa restricțiilor selective în combinarea persoanei a doua plural cu persoana a doua singular și chiar dispariția persoanei a doua plural. De exemplu, doi cercetători, Zamora Vicente, *Dialectologia española*, Madrid, 1960 și Humberto Lopez-Morales, *Nuevos datos sobre el voseo en Cuba*, în *Español actual*, 4, 1964, s-au ocupat de stadiul actual al fenomenului în plan stilistic și dialectal.

Planul sociolingvistic al folosirii pronomelor reverențiale este abordat de Yolanda R. Solè, *Correlaciones socio-culturales del uso de TU/vos y USTED en la Argentina, Perú y Puerto Rico*, în *Thesaurus*, XXV, 1970, cu referire la hispanofiliile din Argentina, Peru și Porto Rico. Un studiu recent publică cercetătoarea braziliană Norma Carricaburo, *Las formulas de tratamiento en el español actual*, Madrid, Arco Libros, S.L., 1997.

Cel mai puțin explorat este domeniul limbii române. Lucrările dedicate problemei reverenței au un caracter informativ. Sistemul pronominal prezentat de T. Cipariu la 1869 în *Gramatica limbii române Analitică*, București)³ cuprinde următoarele tipuri de pronume: pronumele personale, pronumele reflexive, pronumele relative, pronumele posesive și nu se face nici un fel de referiri la existența pronomelor de reverență. Mențiuni sumare a făcut O. Densusianu în *Histoire de la langue roumaine*, în *Opere*, II, reeditată la București, Minerva, 1975, apoi A. Lambrior cu articolul *Cuvinte de*

reverență la români, publicat în revista *Convorbiri literare*, nr. XV, 1921, și Hedvig Olsen cu *Etude sur la syntaxe des pronoms personnels et réfléchis en roumain*, Copenhaga, 1928. Olsen arată că sistemul pronominal reverențial românesc a fost influențat de limba franceză în secolul al XIX-lea. În *Gramatica Academiei*⁴ din 1954 pronumele de politețe prezintă următoarele forme: *dumneata, dumneavoastră*. Aceste forme au rezultat din contopirea cuvântului “domnie”, aplicat mai întâi domnului țării, cu adjectivele posesive: *ta, sa, voastră* sau cu pronumele personale: *lui, ei, lor*: *domnia ta, domnia sa, domnia lui, domnia voastră, domniile voastre, domniile lor*, astăzi considerate învechite). Formele *dumnealui, dumneaei*, în vorbirea populară semnificau “soțul meu”, “soția mea”. Iorgu Iordan în *Limba română contemporană*⁵, menționează următoarele pronume de reverență: *domnia ta* (variantă: *dumneata*), *domnia voastră (dumneavoastră)*, *domnia sa (dumnealui, dumneaei)*, *domniile lor (dumnealor)*, *dumneatale (matale, mata)*. Pronumele de reverență, arată I. Iordan, sunt un produs al condițiilor de viață feudală din țările noastre. *Domnia*, ca termen de adresare, dovedește din partea celor ce l-au folosit pentru prima oară (și după aceea) umilință de rob în fața stăpânului, a boierului, a “domnului”, atitudine de om care simte că existența lui depinde de bunăvoința și mila altuia; *domn*, înseamnă stăpân; *domnie*, stăpânie; *domnia ta*, stăpânia ta.

În această inegală perspectivă a studiilor dedicate exprimării pronominale a reverenței în câmpul romanic, Italia ocupă un loc aparte. Inventarul extrem de bogat de forme (*tu, Voi, Lei, Ella, Loro*), prin diversitatea tipurilor pronominale de la o epocă la alta, de la un dialect la altul, diferențele culturale dintre vorbirea populară, limba standard și limba literară conferă problemei o mare complexitate. Este elocvent în acest sens studiul lui Camille Grand: *Tu, Voi, Lei, étude des pronoms allocutoires en italien*, Ingebohl, 1930. De asemenea, s-a ocupat de aspectele istorice ale fenomenului reverențial

Benedetto Croce în lucrarea *La Spagna nella vita italiana durante la Rinascenza*, Bari, 1922. Benedetto Croce are în vedere generalizarea formei pronominale indirecte (persoana a treia singular), pe care el o consideră de origine spaniolă. G.Rohlfs în *Grammatica storica della lingua italiana e dei suoi dialetti*, Torino, Einaudi, 1968, a descris distribuirea dialectală a formelor pronominale italiene. Marele lingvist și istoric Bruno Migliorini în *Saggi linguistici*, Firenze, 1957, în studiul *Primordi del Lei* prezintă originea formei pronominale *Lei*.

Romanistul Alexandru Niculescu consideră că aspectele exprimării reverențiale se integrează în problematica culturii unei epoci. Acesta examinează fenomenul lingvistic italian al reverenței plecând din secolul al XIII-lea, pe baza părerilor exprimate de oamenii de litere ai vremii, punând accent pe aspectele dialectale și stilistice. Cercetările sale se opresc însă în anul 1974. În ultimii 20 de ani, o dată cu transformările socio-culturale și cu schimbările comportamentale numeroase, limba italiană s-a schimbat, în general, mult.

Dintre studiile ulterioare asupra reverenței pronominale în limba italiană menționăm pe cel al cercetătoarei franceze Jacqueline Brunet, *Grammaire critique de l'italien*, Paris VIII, Presses Universitaires de Vincennes, 1987 și pe cel al lui Lorenzo Renzi, *La deissi personale e il suo uso sociale*, Firenze, Le Lettere, 1993. Alte contribuții semnificative în acest domeniu de analiză sunt inserate în bibliografia noastră.

MOTO: “*Politețea nu inspiră totdeauna bunătatea, dreptatea, amabilitatea, recunoștința; ea ne dă cel puțin aparențele lor și arată omul în afară, așa cum ar trebui să fie lăuntric. Putem defini esența politeții, dar nu putem să fixăm felul în care se aplică ea; politețea urmează datina și obiceiurile moștenite, ea e legată de vremuri, de locuri, de persoane și nu e aceeași la bărbați și la femei sau la oameni din clase diferite*”.

La Bruyère - *Caracterele*⁶

2. Definirea conceptului de politețe.

Politețea este înțeleasă în mod tradițional, ca o trăsătură comportamentală care impune cunoașterea regulilor de bună purtare în relație cu ceilalți nu numai pentru a reliefa propria persoană într-o lumină favorabilă ci și spre a marca o solidaritate cu celălalt, atrăgându-l pe o cale amiabilă spre interacțiune și, în același timp, ajutându-l, arătându-i verbal simpatia. Astfel, conceptul de *omenie* poate fi inclus în acest tip de politețe și se traduce adesea prin urări, invocații, la adresa partenerului.⁷

*Politețea*⁸ se aplică atât comportamentului verbal cât și celui neverbal.⁹ **Politețe** este un arhilexem și cuprinde o serie de alți termeni înrudiți, precum: **tact, bunăvoință, curtoazie, urbanitate, etichetă, deferență** etc. Deferența este un tip special de politețe, care reflectă statutul ierarhic al interlocutorilor și constă în manifestarea unei subordonări simbolice față de celălalt.¹⁰

3. Precizări metodologice

Cercetarea noastră implică fenomenul reverențial în limbile romanice (italiana, româna, franceza, portugheza, spaniola) din perspectivă istorică și comparativă, la nivelul

vorbirii curente, cotidiene, și la nivelul limbajului publicitar, ca un fapt lingvistic, condiționat psiho-socio-cultural. Ținem, de asemenea, cont de faptul că formele pronominale alocutive sunt practic acte aparținând individului care trebuie să se supună mai mult sau mai puțin unui cod reverențial.

În prima parte vom cerceta exprimarea pronominală reverențială din perspectiva comparativ – istorică, urmărind evoluția sa de la limba latină la limbile romanice și din perspectivă sociolingvistică, urmărind raporturile dintre limbă și diferite structuri sociale.

În partea a doua din punct de vedere metodologic ne situăm în cadrul lingvisticii uzului, al cărei obiect de cercetare este studiul limbajului în context situațional. Materialul de analiză îl constituie un corpus de texte de limbă vorbită, familiară, în care intră exemple care ilustrează folosirea pronomelor alocutive într-o anumită situație în principalele limbi romanice. Dintre limbile romanice menționate, un spațiu mai larg am acordat limbii italiene și limbii franceze pentru care am dispus de informații mai ample.

În partea a treia cercetăm pronumele alocutive din perspectivă pragmatică în limbajul publicitar. Aici vom analiza un corpus lingvistic format din reclame publicitare televizate, radiodifuzate sau prezente în diferite publicații actuale de mare tiraj.

După ce, în Introducere precizăm stadiul cercetării și metoda noastră de lucru, în capitolele de bază ale lucrării urmărим geneza și dinamica formelor de reverență pronominală (capitolul al II-lea), aria și varietatea lor la diferite nivele sociale în comunicarea cotidiană (capitolul al III-lea), apoi structura și funcțiile pronomelor alocutive în limbajul publicitar (capitolul al IV-lea).

Cercetarea se încheie cu Concluzii în care relevăm relațiile dintre tradiție și inovație în perspectiva istorică și

comparativă a pronumelor de reverență precum și tendințele actuale ale exprimării reverențiale în diferite contexte sociale.

Cartea de față nu are pretenția unei cercetări exhaustive a formelor pronominale și a funcțiilor pronumelor de reverență, ci reprezintă o sinteză care aduce un spor de cunoaștere asupra unor fenomene complexe, insuficient analizate. Depășind simpla descriere a pronumelor alocutive, cercetarea noastră va reliefa, în perspectivă istorică și comparativă geneza și evoluția, precum și structura și funcțiile pronumelor locutive și de reverență în interacțiunea socială.

II. PARTEA I

GENEZA ȘI EPOCA DE FORMARE A PRONUMELOR DE REVERENȚĂ

1. Pronumele de reverență în latina medievală oficială

Vom examina pe scurt exprimarea pronominală a reverenței din punct de vedere filologic, încercând o prezentare cronologică pe baza materialului oferit de istoriile limbilor romanice, a formelor pronominale reverențiale de la origini până astăzi.

Ne înscriem pe drumul deschis în lingvistica romanică de Alexandru Niculescu¹¹, Bruno Migliorini¹², Luca Serianni¹³, Rafael Lapesa¹⁴, Wilhelm E. Axelson¹⁵, Ferdinand Brunot¹⁶, Maurice Grévisse¹⁷, O. Densusianu¹⁸, A. Rosetti¹⁹.

Vom încerca să sistematizăm materialul existent dintr-o nouă perspectivă diacronică și comparativă care include și studiul fenomenului lingvistic românesc în relație cu sistemul pronominal reverențial romanic.

Formele reverențiale latine, arată Al. Niculecu, au dispărut o dată cu împrejurările socio-culturale care le generaseră; prin urmare, ne alăturăm părerii sale, conform căreia, nu există continuitate între procedeele latine și cele romanice în exprimarea reverenței²⁰. Limba latină nu cunoștea forme pronominale specifice pentru adresare; verbul se folosea la persoana a doua singular și plural. Oricare ar fi fost nivelul social sau de vârstă al interlocutorului, pronumele alocutiv era invariabil *tu*, chiar adresat unei mulțimi: "Iuppiter, audi, pater patre populū Albani, audi, *tu*, *populus* Albanus..." (O,

Iupiter, ascultă! Ascultă și *tu*, cel împuternicit de poporul alban! Ascultă și *tu*, *popor alban!*”)²¹

Limbile romanice au moștenit din latină, în mod exclusiv, forma persoanei a doua singular, dar au organizat limbajul exprimării respectuoase prin reintroducerea sistemului de opoziții reverențiale ale limbii latine literare ale epocii imperiale; în perioada respectivă se întrebuintă pronumele *vos* de politețe, care, cu toate acestea nu a fost preluat de limbile romanice. Se pare că acestea și-au creat autonom un sistem opozitiv *tu-voi*. Începând cu secolul al XI-lea, și al XII-lea, procedeele de exprimare respectuoasă au fost introduse, după cultura religioasă sau laică medievală, împreună cu organizarea ierarhică a bisericii și a statului. O importanță deosebită are studierea formelor reverențiale ale latinei diplomatice sau ale chartelor (acte juridice în evul mediu), ce ar putea constitui procedeele primitive romanice ale exprimării reverențiale.

Formularele pentru scrisorile oficiale, diplomatice ale timpului demonstrează că în acea perioadă a curiei papale și a curților imperiale, procesul reintroducerii procedeeleor latine de politețe era în plină evoluție. Caracterul protocolar al stilului administrativ face mai rară prezența pronumelor personale de persoana I și a II-a singular; paradigma pronominală era completată de pronume personale cu conotație emfatică și reverențială, *vos*, sau de sintagme indispensabile protocolului, formate din substantive abstracte însoțite de adjective posesive: *voster*, *suus*, care se încadrează în categoria pronumelui reverențial. Interpretarea semantică a termenilor de adresare impune identificarea corectă a factorilor extralingvistici care guvernează selecția lor; astfel, statutul social sau politic al emițătorului și al destinatarului era cel mai bun selector, iar situația de comunicare devenea un selector secundar. Topica adresării și forma de exprimare era “un indice diagnostic”²² al relațiilor dintre expeditor și destinatar. În actele oficiale

formulele sunt excesiv protocolare, cuprinzând un termen generic urmat de adjectiv și de numele destinatarului, apoi de indicarea titlurilor și presupuselor calități ale acestuia, devenite clișee. Preponderența reverenței în stilul diplomatic este determinată de relația dintre cei doi poli ai comunicării.

În perioada Evului mediu timpuriu (secolele al V-lea- al IX-lea) erau în uz modelele de acte administrative pe care Cassiodor, cancelar în timpul împăratului Teodosie (sec. al-VII-lea d.C), le adunase în culegerea *Variae* (volumele al VI-lea și al VII-lea)²³. *Chartae*-le din secolul al VI-lea, redactate în cancelaria aulică de la Ravenna, condusă de Cassiodor, continuau tradiția cancelariei imperiale romane. În culegerea *Variae* întâlnim formule uzuale precum: împăratul era *dominus*, iar curtenii, *comites*; împăratului îi erau atribuite adjective la gradul superlativ absolut: *gloriosissimus*, *serenissimus*, *christinissimus*, iar curtenii, conform rangului erau numiți: *illustris*, *spectabilis*, *perfectissimus*, *clarissimus*. În categoria expresiilor reverențiale apar apelativele: *vestra maiestas*, *vestra gloria*, *vestra pietas*, cu referire la împărat, iar persoanele din anturajul său erau denumite: *vestra excellentia*, *vestra magnificentia*, *vestra spectabilitas*, *vestra eminentia*, iar demnitarii ecleziaști primeau titlurile: *vestra beatitudo*, *vestra sanctitas*. În adresa documentelor administrative oficiale se întrebuintau formule pronominale plurale: *nos* și *vos*. De asemenea, se remarcă prezența participiilor: *suprascriptus*, *supradictus*, *praedictus*, *praefatus*, *memoratus*, în locul anaforicului *is*, iar *praesens* apare pentru pronumele *hic*.

Documentele diplomatice medievale amplifică acest tip de sintagme de adresare, formate din substantive abstracte de gen feminin, cu formă de singular sau plural, însoțite de adjectivele *vestra/vestrae*, *sua/suae*. Din documentele latine din Moldova reproducem câteva asemenea formule de adresare: “Gavisi sumus quod *vestra Generositas* esset sanus” (ne-am bucurat că *Mărinimia* voastră este sănătoasă); “Queque

Sua Serenitas cum dominis suis consiliariis invenerit nos faciendum in premissis id tenere volumus et spondemus” (cele pe care *Luminăția Sa-Voastră* împreună cu domnii *voștri* consilieri ar găsi de cuviință că trebuie să le facem cu privire la cele de mai sus, noi dorim și promitem să facem); “Legatos, internuntios, cursores et servitores malevalorum et inimicorum *Suae Celsitudinis* per ditions nostras transire itinerari, legationes vel literas transportare non permittemus aut concedimus” (nu vom permite și nu îngăduim să treacă prin ținuturile noastre, să-și facă drum, să ducă solii sau scrisori solii, curierii și slujitorii răuvoitorilor și dușmanilor *Înălțimii Sale-Voastre*)²⁴.

Folosirea acestor sintagme este mult mai frecventă decât uzul pronumelui *vos* ca “plurale maiestatis”, echivalent al pronumelui de politețe din limbile romanice. În limba latină pronumele de reverență este o creație morfologică și stilistică târzie, ocurențele sale în latina medievală fiind deseori susținute de situația din limbile romanice. Putem afirma că pronumele de reverență latin provine pe de o parte din sintagme de adresare oficială, ocurente în stilul juridic-administrativ al curții imperiale romne, pe de altă parte, din convertirea în reverență a semnificațiilor de pluralitate sau de distanțare ale unor pronume personale. Deosebirea dintre pronumele de reverență și cele personale nu rezidă numai în substanța lor semantică ci și în tipurile de relații conectate cu morfemele de persoană și număr ale verbului. În documentele diplomatice medievale observăm apariția rară a acordului dintre unele sintagme de adresare ce conțin adjectivul posesiv *vestra/estrae* cu o formă verbală de persoana a II-a singular sau plural; este, în schimb, frecventă folosirea persoanei a III-a singular sau plural a verbului: “*Sciunt Vestre Egregietates ac circumspecciones*” (*Știu bine distinsele și înțeleptele voastre persoane*) sau “*Rogamus quoque Spectabilitates Vestras ut in hac re operam diligenter praestent*” (Rugăm chiar pe

respectabilele vostre persoane să se străduiască cu osârdie în această privință)²⁵.

În folosirea sintagmelor reverențiale de adresare putem stabili o distincție între **reverența simplă**, exprimată prin folosirea adjectivelor posesive, *vestra/vestrae*, urmate de substantive abstracte și **reverența intensivă**, marcată, exprimată prin utilizarea posesivelor *su/suae*, însoțite de substantive abstracte de genul feminin.

2. Geneza pronumelor de reverență în limbile romanice

Procedeele prin care s-au format pronumele de reverență în limbile romanice nu privesc realitatea lingvistică a timpului și nici pe cea literară, deoarece, cum vom arăta, primele texte romanice prezintă forme pronomine numai pentru persoana a doua singular.

În primele texte romanice apărea numai persoana a doua singular și acest fapt demonstrează încă o dată discontinuitatea trecerii de la latină la limbile romanice; o altă dovadă a inexistenței continuității fenomenului este și faptul că în anumite zone ale Romaniei (Abruzzi, Sicilia, Puglia, în Italia și Romania balcanică) a fost absentă până foarte recent orice formă reverențială, deoarece din diferite motive aceste regiuni nu au menținut contacte directe și strânse cu cultura latină.²⁶

Cea mai veche și cea mai răspândită modalitate de exprimare a reverenței, care în diferite variante și în epoci diferite apare în întreaga Romanie este opoziția de pluralitate. Este vorba de pluralul *vos* folosit în alocuția față de un unic destinatar.

Mai întâi a existat folosirea pronumelui de persoana întâi plural, pluralul maiestatic, în locul persoanei întâi singular. Originea acestui procedeu o aflăm în epoca

împăraților romani. Începând cu împăratul Gordian III (238-244)²⁷, împărații vor spune despre sine *noi* în loc de *eu*. Acest uz a determinat apariția pronumelui *vos* politicos, mai ales după domnia împăratului Dioclețian (284-305), imperiul roman fiind împărțit între mai mulți împărați. Întrebuințarea pronumelui *nos maiestatic*, imitat apoi de autoritățile administrative și ecleziastice a trecut în limba oficială a suveranilor. Folosirea pronumelui *vos* la singular este posibil să fi fost un răspuns la această pluralitate implicită și, de asemenea, nevoia de a utiliza, în anumite circumstanțe, o formă diferită de cea curentă. De asemenea, un împărat este o pluralitate și pentru că el este reprezentantul poporului său și pluralitatea poate fi considerată metafora puterii. O persoană are putere asupra altelea în măsura în care îi poate controla comportamentul. Semioza²⁸ pronumelor și semantica puterii nu este reciprocă; superiorul spune *tu*, dar i se răspunde *vos*. Există multe baze ale puterii: de exemplu, forța fizică, sexul, o funcție religioasă importantă, un grad militar înalt, un anumit rol în familie, care a atras după sine întrebuințarea acestui sistem pronominal opozitiv *tu/vos*.

În scrisorile sale²⁹, papa Gregorio I (590-604) folosea pronumele *tu* cu subordonații săi, dar aceștia îi răspundeau invariabil utilizând pronumele *vos*. De asemenea, în Europa, în perioada medievală, nobilimea se adresa oamenilor din popor cu *tu*, dar aceștia răspundeau folosind *vos*. Sclavilor, servitorilor și muncitorilor, în general, li se vorbea cu *tu*, dar ei răspundeau mereu cu pronumele *vos*. În familie, indiferent de nivelul social, părinții se adresau copiilor cu *tu*, dar li se răspundea cu pronumele de persoană a doua plural. În Italia secolului al XV-lea, pocăiții se adresau preotului cu persoana a doua plural, dar primeau în schimb pronumele de persoană a doua singular. În secolul al XII-lea și al XIII-lea, în Franța se folosea pronumele *tu* în adresarea către animale.

Împărtășim părerea lui Ferdinand Brunot³⁰ care consideră că persoana a doua plural provine probabil de la generalizarea adresării împăraților în număr de doi. B. Migliorini³¹ vine în sprijinul acestei idei, afirmând că pluralul alocutiv "maiestas vestra" este un calc după pluralul maiestatic "maiestas nostra".

În cancelaria romană, spune tot F. Brunot, era obiceiul de a spune *noi* în loc de *eu*. Pluralul imprima o valoare mai mare și consacra prin limbă demnitatea celui care vorbea. Această uzanță s-a transmis chiar și până în zilele noastre, astfel găsim pronumele *noi* în locul lui *eu* în actele administrative. Această manieră de exprimare a avut consecințe importante. Celor care spuneau *nos*, vorbind de ei înșiși, li s-a răspuns *vos*. Formularea aceasta, la început rezervată unui număr restrâns de persoane, a devenit banală și s-a extins obiceiul de a folosi pronumele *voi* în loc de a tutui interlocutorul ca în limba latină³².

Așadar, considerând o persoană ca o pluralitate, i s-a acordat în acest mod o mai mare importanță și greutate. Putem remarca faptul că folosirea unor forme alocutive de politețe sau maiestatică răspundeau unei nevoi de a întrebuința, în anumite circumstanțe o formă diferită de cea curentă. Apare astfel opoziția de pluralitate.

În toate limbile romanice pluralul alocutiv reverențial a fost transmis prin intermediul tradiției culturale la nivelul limbii scrise convenționale.

Contextul socio-cultural diferit în care s-au dezvoltat limbile romanice explică diferențele existente între pronumele de politețe romanice. Acestea provin fie din formule de adresare protocolară, oficială, administrativă, fie sunt consecința convertirii în expresie a pronumelor personale care indică depărtarea de locutor sau pluralitatea locutorilor.

În spațiul romanic, adresarea reverențioasă începe să folosească forme specializate care stau la baza pronumelor de

politețe o dată cu dezvoltarea relațiilor feudale și chiar sub influența ceremonialului oriental. Ceremonialul ar putea fi definit ca o distanță tot mai importantă între inferior și superior. Semnele de ceremonial sunt caracterizate de folosirea metaforică a apelativelor abstracte (substantive, adjective) care capătă astfel valoare simbolică și aparțin stilului formal, elevat, oral sau scris, folosit în adresarea față de personalități politice sau administrative. Aceste substantive sau adjective abstracte presupuneau anumite calități atribuite interlocutorului. Se întrebuițau cu precădere în ceremonialul imperial latin. De exemplu “maestas tua”, folosit în adresarea față de Augustus (Octavian) 63 î.H.-14 d.H.; “indulgentia vestra”, față de Constantinus, 306-336 d.C., apoi tot în secolul al IV-lea, “clementia vestra”, adresat lui Dioclețian. Astfel de titulaturi au început să devină tot mai frecvente în cancelaria pontificală.

După secolul al IV-lea, sfera nominalilor abstracte se lărgeste cuprinzând substantive noi, precum: “amplitudo”, “auctoritas”, “benignitas”, “celsitudo”, “eminentia”, “excellencia”, “felicitas”, “bonestas”, “magnificentia”, “prudentia”, alături de posesivul “vestra”. O dată cu răspândirea creștinismului, în secolele al IV-lea și al V-lea, se adaugă concepte noi, de sorginte religioasă, ca: “beatitudo”, “sanctitas”, “reverentia”, “apostolica auctoritas vestra” în opoziție cu “parvitas”, “mediocritas”, “exiquitas”, alături de adjectivul posesiv singular “mea”, termeni folosiți în corespondența oficială. Până în secolul al IX-lea sunt indicați în formulare speciale termeni specializați conform ierarhiei bisericești ca: “pietas”, “paternitas”, “sanctitas vestra”, folosiți în adresarea către papă; “maiestas”, “perenitas”, față de monarhi, apoi, “excellencia vestra” față de nobili și de autoritățile de orice fel.

Mai târziu, secolul al XIII-lea introduce concepte sociale noi, aceasta fiind perioada evului mediu cavaleresc. Apar apelative abstracte noi, cum ar fi: “vestra gracia”, “pietas

vestra", "toa solitudine", "toa seignoria", întrebuințați tot în invocarea de factură religioasă.³³

Printre aceste apelative nominale abstracte, cel mai important pare să fi fost "seignoria", bazat pe conceptul de a domina, de a stăpâni. Era o modalitate foarte solemnă de adresare, fiind și cea predominantă.

În limba franceză, în piesele de teatru ale lui Corneille și Racine personajele nobile folosesc pronumele *tu* față de subordonați, însă aceștia răspund cu pronumele de persoana a doua plural, *vous*.

Putem afirma că pronumele de persoana a II-a plural a intrat în limbile europene ca o formă de adresare față de cea mai înaltă putere din stat și apoi s-a generalizat și în familie. Prima experiență individuală de subordonare față de putere provine din raportul părinți - copii.

Între egali, forma pronominală era reciprocă: în perioada medievală și chiar după aceea, cei ce ocupau poziții sociale înalte foloseau reciproc în adresare pronumele de persoana a doua plural, iar cei ce aparțineau unui nivel social mai scăzut foloseau pronumele personal *tu*. Astfel, utilizarea pronumelui de persoana a doua plural în adresarea către o singură persoană implica existența unei persoane situate într-o poziție socială superioară. Pronumele *vos* reprezenta un indiciu al eleganței.

În secolele al XIV-lea, al XV-lea și al XVI-lea, se poate vorbi de apariția procedeeleor alocutive pronominală indirecte în limbile spaniolă și italiană, fondate pe non identitatea dintre persoana evenimentului povestit și persoana enunțării. În adresarea față de un singur destinatar se folosește persoana a III-a singular. Acest fapt duce la alte modificări în relațiile dintre pronumele alocutive reverențiale și sistemul pronominal în general. Istoria procedeeleor alocutive reverențiale indirecte își are originea în ceremonialul imperial latin (secolul I), la care ne-am referit mai sus, aceasta fiind epoca refacerii structurilor

ierarhice ale statului roman, ceea ce conduce la promovarea unor noi categorii sociale. De la forma de ceremonial s-a trecut la exprimarea pronominală reverențioasă.

În teatrul dramatic francez din secolul al XVII-lea reprezentanții nobilimii și burgheziei întrebuițau în adresare pronumele *vous*. Aceeași regulă era valabilă pentru soți, amanți, părinți și fii adulți. Țăranii și servitorii, însă, întrebuițau pronumele *tu* între ei.

În limbile romanice pronumele de politețe s-au creat relativ târziu. Este cunoscut faptul că formele pronominale latinești s-au păstrat mult mai bine în limbile romanice decât celelalte părți de vorbire.

Pronumele constituie încă din indo-europeana comună o clasă de cuvinte neomogenă, cu o flexiune deosebită de cea a substantivelor și a adjectivelor. Din punct de vedere sintactic, eterogenitatea reiese din faptul că cele mai multe pronume pot funcționa și cu rol de substantive și de adjective; totuși, *ego*, *tu*, *nos*, *vos* nu determină alte substantive, iar *meus*, *tuus*, *suus* sunt numai adjective.³⁴

În limba latină, pronumele personale erau, prin excelență, pronumele vorbitorilor: *ego*, *tu*, *nos*, *vos*. Valoarea de persoana a III-a, persoana “despre care se vorbește”, “non persoana”, cum o numește Benveniste³⁵, nu avea o formă specială, era inclusă în conținutul semantic al formelor substantivale și al pronumelor demonstrative: *is*, *ea*, *id*; *hic*, *haec*, *hoc*; *ille*, *illa*, *illud*.

Paradigma esențială a latinei populare care a dat naștere pronumelor personale în limbile romanice este următoarea: nominativ: *eo*, *tu*, *nos*, *vos* și pronumele reflexiv la persoana a III-a singular și plural *se* în acuzativ și ablativ, *sibi* în dativ.³⁶ S-a pierdut forma de genitiv *mei*, *tui*, *nostri*, *vestri*, *sui* și dativul - ablativ plural *nobis*, *vobis* (cu excepția, de exemplu, a formelor pronominale românești *nouă*, *vouă*). Dativul *mihi* generează *mi* și ajută, la crearea formei *ti* și *si*. Aceste pronume

trec în limba spaniolă și în portugheză cu funcția de complement direct. Nominativul *ego* se transformă într-o formă redusă *eo* și în limbile romanice devine *io* (it.), *eu* (rom.), *yo* (sp.), *eu* (port.), *ieu* (prov.), *gié* (fr. veche), apoi devine *jo* și *je* în franceza modernă. Pronumele personal - subiect este exprimat în latina literară, emfatic, doar pentru a insista asupra subiectului propoziției: “*egone* istuc dixi tibi?” (ți-am spus *eu* asta?); în schimb, în latina vorbită exista tendința de generalizare a folosirii pronumelui personal subiect pentru o expresivitate mai mare. Astfel locul său tinde să se fixeze în fața verbului: “*ego* do meis libertis”.

Persoana a III-a s-a format din pronumele demonstrative *hic*, *is*, *iste*, *ipse* și *ille*. Conform latinei clasice demonstrativele: *hic*, *haec*, *hoc* se referă la subiectul vorbitor sau la obiectul prezent; *hic* înseamnă “ceea ce mă interesează pe mine, care e al meu, este aproape de mine, uneori, *eu*”; *iste*, *ista*, *istud* desemnează obiectul care interesează interlocutorul; *iste* semnifică “ceea ce este lângă tine, al tău”; *ille*, *illa*, *illud* privesc obiectul îndepărtat și, în al doilea rând, o persoană diferită de persoana I și a II-a sau un obiect cunoscut; *is*, *ea*, *id* sunt pronume anaforice: “*is* qui ...”, “*is* homo qui...” (“cel care...”, “persoana, omul care...”); *ipse* (*ipsus*), *ipsa*, *ipsum* sunt pronume de identitate: “el însuși”. Aceste distincții reprezintă o inovație latină, pe care limbile romanice nu au păstrat-o. În limba latină vorbită aceste deosebiri s-au șters cu timpul.

Cel mai slab pronume era *is* (nominativele *is*, *ea*, *ii*, *eae*, mai ales) din cauză că era prea scurt. La origine *is* nu a fost pronume demonstrativ, ci anaforic; anunța și relua un pronume relativ. S-a păstrat doar în limba italiană sub forma *desso* = *ăsta* (format din *id* + *ipsum*) și în pronumele românesc *însul*, *nusul*, *dânsul*. Locul său va fi luat de *hic* și mai ales de *ille*: “*Successus* textor amat coponiae ancilla...quae quidem *illum*

non curat, sed *ille* rogat, *illa* comiseretur” (Țesătorul Successus o iubește pe servitoarea cârciumăritei, care nu îl vrea, dar el o imploră, iar ei îi este milă de el”³⁷). *Ille* ajunge pe același plan cu *ego* și cu *tu*; ca pronume de persoana a III-a umple un gol important, dar creează o nouă asimetrie: la primele două persoane genul nu este marcat dar la persoana a III-a, masculinul se deosebește de feminin. Din forma latină clasică de nominativ masculin singular *ille* nu s-a păstrat nimic în limba română.³⁸ Din *ille* a provenit *illu*, formă unică pentru nominativ și acuzativ, produsă prin omonimia cazurilor oblice între ele la numărul singular: *illum* acuzativ, *illo* ablativ, *illo* dativ; *o* a devenit *u*, iar fonemul *m* a căzut, (la nivelul morfematic al limbii române nu mai avea sens gramatical)³⁹. Forma unică *illu* accentuată și neaccentuată a cunoscut două evoluții fonematice deosebite. *Illu* accentuat a dat *ellu*, apoi *elu*; trecerea de la *i* la *e* este un fenomen fonetic ce aparține latinei populare, existând astfel până la sfârșitul secolului al XVI-lea inclusiv. În limba română comună *u* final a dispărut din *ielu* (se presupune că aceasta era pronunția) și a devenit pronumele masculin singular de persoana a treia, *el*. Inadecvarea ortoepică/ortografică se menține în limba română *el* [iel]. Forma neaccentuată a devenit articol hotărât proclitic în limbile romanice, iar în română, enclitic de forma întâi: “*lu dom(i)nu*”, apoi “*dom(i)nulu*”.

Femininul singular *illa* a devenit *ia*. Nominativul *illa*, acuzativul *illam* și ablativul *illa* s-au contopit prin alunecarea sunetelor și au dat naștere formei *ella*, iar din aceasta a apărut *ea*, transformare care se explică la fel ca cea din *stella* la *stea* (*el* se vocalizează și devine *u*, care apoi se pierde: *ea*ua, *ea*). În textele mai vechi românești apare *ia*, foarte rar, *ea*. Forma dialectală specifică în Moldova, Maramureș și Transilvania este *ié*. Forma *ea* nu corespunde unei realități fonetice, ci este o influență a ortografiei literare românești; se pronunță [ia]. Din

a doua parte a formei *ea* s-a format pronumele feminin conjunct din cazul acuzativ *o*⁴⁰.

Nominativul singular masculin *illi* a dat naștere pronumelui francez *il* și italianescului *egli*; în română, prin pierderea silabei inițiale s-a transformat în *li* și apoi în *i* protetic.

Illui, dativ masculin în latina populară (toate formele pronominale latinești terminate în *ui* sunt creații analogice populare după modelul interogativului *qui, quae, quod*) a creat în română, franceză, italiană și provensală pronumele *lui*.

Forma de genitiv – dativ plural feminin *illaei* a dat în italiană *lei*, în franceza veche *liei*, iar în română *ei* (feminin, dativ) și *ele* (*le*).

Illorum (care elimină forma feminină *illarum*), genitiv-dativ plural a generat în limba română *lor*, în franceză *leur*, în italiană *loro*, în timp ce dativul *illis* este reprezentat de *les* în spaniolă și de *gli* în italiană, cu funcția de complement indirecte la plural; de asemenea prin fenomenul prefacerii lui *i* în *e*, a dat în română *eli*, apoi *ieli*, *iei*, *ei*.

*Ips*e, *ips*us își pierde valoarea și îndeplinește funcția de demonstrativ anaforic, (ce devine deictic la nivelul pronumelui de politețe), concurând cu *iste* și cu *ille*.

În idiomul din Sardinia *ipse* joacă rolul de pronume de persoana a III-a. De asemenea *ipse* înlocuiește *idem* către sfârșitul secolului al doilea d.C., plecând de la compușii următori: *hic ipse, ille ipse, iste ipse* (ultimul a dat naștere formei *stesso* în limba italiană și formei *însul, nusul*, apoi *dînsul*, în limba română); se păstrează în pronume de persoana a treia: *esso* (it.), *eis* (prov.), *eix* (cat.), *êsse* (port.), *ese* (sp.).

Nos era folosit în locul lui *ego* și începând cu secolul al III-lea, *uos* pentru *tu*, cu sens emfatic. Fenomenul acesta stă la baza creării pronumelor de reverență, specie nouă de pronume

personal, în limbile romanice⁴¹ (v.*infra*). În limba italiană, locul lui *nos* și *uos* este luat de *noi* și de *voi*, litera *i* a fost luată, probabil, de la flexiunea substantivelor.⁴²

Pronumele personale din limbile romanice se deosebesc de formele latine prin apariția unor forme complet noi și a unor specii noi, cum sunt pronumele de reverență. Pronumele personale au devenit obligatorii în limbile romanice care nu posedă posibilitatea de a diferenția persoanele prin desinență: de pildă, limba franceză, unde deseori singularul are o unică formă pentru primele trei persoane. În schimb, limbile italiană, spaniolă și română folosesc pronumele de persoana I și a II-a singular cu o valoare emfatică slabă.

III. PARTEA A -II-A

PRONUMELE ALOCUTIVE ȘI DE REVERENȚĂ ÎN LIMBAJUL COTIDIAN

1. Pronumele alocutive și de reverență în limbile romanice

Limbile romanice au moștenit din latină doar forma persoanei a II-a singular a verbelor, dar prin reintroducerea sistemului de opoziții reverențiale ale limbii latine literare din epoca imperială, au reorganizat limbajul exprimării politicoase, creându-și un sistem autonom de opoziții *tu/voi*.

a) **Limba spaniolă.** Rafael Lapesa⁴³, arată că până în secolul al VI-lea, în limba latină, pronumele *tu* constituia un alocutiv față de inferiori sau se folosea între egali sau între persoane aflate într-o mare intimitate. *Vos* se întrebuința în celelalte situații și se menține până după Secolul de Aur, al XVI-lea, când se generalizează folosirea apelativelor nominale și, implicit, persoana a III-a singular a verbelor. *Tu* continuă să fie folosit în adresarea familiară, iar *vos* tinde să fie eliminat total, însă este înlocuit de forma *vosotros*. Încă din secolul al XIV-lea se înmulțesc exemplele de *nos osotros* și *vos osotros*. Formele compuse pun în relief contrastul cu o pluralitate sau cu o altă persoană.

În secolul al XVI-lea pronumele *tu* rămâne în limba spaniolă cel al intimității familiare sau în adresarea față de inferiori, *tu* devalorizează pronumele *vos*, care se folosea în cazul unor raporturi confidentiale.

Folosirea titlurilor onorifice și a vocativelor flatante de tipul "su senoria" era la început limitată, adresată în special, ca la origine, doar deținătorilor puterii. Cu timpul, însă, obiceiul s-a extins și la celelalte clase sociale. Și azi, unele apelative

abstracte au rămas cu semnificația lor primitivă în limbajul oficial, formal.

Forme mult întrebuințate erau “Vuestra Señoria”, care prin reducere fonetică devine *Usia* și “Vuestra Mercede”, unde “mercede” este un termen politic, modest, folosit pentru cavaleri și oameni din popor.

Secolul al XVI-lea aduce în evoluția sistemului reverențial un procedeu nou, și anume pronominalizarea alocutivilor nominali. În limba spaniolă, “Vuestra Mercede” se transformă mai întâi în “Vuesa merced”, “Vuesarced”, “Vuesanced”, *voacé*, *vucé*, *vuced* apoi *vusted*, care, prin schimbări fonetice devine *usted*, urmat de persoana a III-a singular a verbelor. Acest fenomen demonstrează și marchează deprecierea titlurilor reverențiale, în opoziție cu “aprecierea” reverențială a pronumelor. “Usia” și “Mecencia” se vor naște din “Vuestra Señoria”; “Vuestra Excellencia”, cu forme intermediare ca “Vuelencia”, “Vusiria”, urmate de “señor”, adăugat ca titlu se transformă în “seor”, “seo”, “so”.

În Secolul de Aur, lupta dintre *nos*, *vos* și *nosotros*, *vosotros* se rezolvă în favoarea formelor compuse, considerate non echivoce; individul nu era desemnat la singular. *Vos* și *nos* erau întrebuințate ca pronume de politețe. Eliminarea acestor două forme pronominale s-a făcut treptat. Scriitori ca Fernando de Herrera, Ercilla, Garcilaso, Fraz Luis de Leon folosesc în operele lor pronumele *vos*, de exemplu “Ninfos, a *vos* invoco” (Garcilaso de la Vega)⁴⁴, (Nimfe, pe *voi* vă invoc) alături de “alce una de *vosotros*, blancos deas...” sau “*Vos*, Sabino y Iuliano, la teneys...” (F. Luis de Leon)⁴⁵, (să înalțe una dintre *voi*, zeițe, sau *Voi*, Sabino și Iulino, o aveți)

În secolul al XVII-lea, li se atribuie țăranilor din piesele de teatru anumite forme, precum:

“Mueso”, “Mos” pentru *nuestro* și *nos*, sub influența pronumelui *me*. A rămas forma *os*, dativul și acuzativul lui *vos*. Mai extinsă era forma *sos*, sau *sus*, creată de *se* și *os*.

Astăzi *usted* este o formă neutră, folosită între persoane educate.

După generalizarea formei *usted* ca formă de respect, *tú* începe să recâştige teren, alături de *vos*, în vorbirea familiară, până la eliminarea lui în secolul al XVII-lea. În unele țări din America Latină⁴⁶ (Argentina, Uruguay, Paraguay), America Centrală și în unele părți din Mexic, predomină pronumele *vos* în conversația familiară. În Panama, Columbia, Venezuela, Ecuador, Chile sau unele părți din Bolivia, Peru, formele *tú* și *vos* alternează. *Vos* se întrebuițează în mod curent cu forme verbale care la origine au fost plurale. Menținerea pronumelui *vos* nu presupune și existența formelor *vuestro* sau *os* care au dispărut în America. Astfel, formei *vos*, la nominativ, îi corespunde *te*, cu pronumele posesiv *tuyo*: “*vos te volvés*” (voi=tu te întorci), “*guardáte lo que es tuyo, sentáte*” (păstrați=păstrază ceea ce este al tău, așezați-vă=așează-te). Este fenomenul lingvistic numit “voseo”. Geneza “voseo”-ului american este complicată. În spaniola medievală se trecea frecvent de la *vos* la *tú* sau invers, în același context sau în aceeași frază. În *El Cantar de Mio Cid*⁴⁷ se întâlnește deja următoarea situație: “*mientras que visquíredes bien se fará lo to*”, “*mientras viviereis, lo tuyo saldrá bien*” (cât timp veți trăi, tot ce este al tău=toate acțiunile îți vor reuși) verbul la plural și posesivul la singular, acest exemplu este anterior primului exemplu american cunoscut: “*facételo vos*” (corect este: “*hazlo tú* = fă-o tu) al lui Bernal Díaz del Castillo.

Până în secolul al XVII-lea abundă schimburile între cele două forme: “*vos digo que si quieres fazer como dezís*” (Amadis de Gaula)⁴⁸ (vă spun că dacă vreți să faceți cum ați vrut, însă *dezís* este la persoana a III-a singular). De asemenea, în Spania secolului al XVI-lea există cazuri în care pronumele *vos* coexistă cu forme verbale echivoce: “*vos que eras tan bueno*” (Juan Ruiz) (*vos*=tu care erai atât de bun). În timp ce în limba spaniolă vorbită în Spania vor dispărea ambiguitățile,

în spaniola din America Latină se va forma o singură paradigmă pronominală: *vos, te, tuyo*. În spaniola din Spania nu s-a ajuns la confuzia dintre *tu* și *vos*; se făcea simțită cu mai multă putere inegalitatea socială. Spaniola din întreaga Americă Latină a eliminat distincția dintre *vosotros* și *ustedes* și folosește *ustedes* atât pentru adresarea politicoasă cât și pentru cea confidențială, iar verbul se află mereu la persoana a treia plural: "*ustedes hacen*" (dumneavoastră-plural-faceți) "*ustedes se sientan*" (dumneavoastră-plural-vă simțiți). *Vosotros, os* și *vuestro* există doar ca forme retorice și reverențiale. Nefolosirea posesivului *vuestro* a determinat și o schimbare a sistemului pronomelor posesive, astfel încât, *su, suyo* dau naștere la ambiguități. Astfel, se tinde spre evitarea lor și se întrebuintează următoarele forme: "*de usted*", "*de ustedes*", "*de el*", "*de ella*", "*de ellos*", "*de ellas*": "*estuvo en la casa de ustedes*" (el a fost-stat în casa dumneavoastră).

Există și alte păreri, conform cărora, *usted* ar fi împrumutat din limba arabă, ceea ce ar confirma, pe de altă parte, teza originii orientale a procedeeleor reverențiale spaniole. La plural *vos* se întâlnește doar în limbajul arhaic și în stilul solemn (față de un ambasador, de exemplu), iar forma *ustedes*, însoțită de persoana a III-a plural a verbului, s-a generalizat ca plural al lui *usted* și chiar a pronumelui *tu*⁴⁹.

Vosotros este considerat pronumele de "confianza", aproape intim, folosit între egali.

În unele țări ale Americii Latine, rămase în contact cu Spania (Peru, Mexic, Bolivia), *ustedes* se folosește însoțit de verb la persoana a II-a plural. În schimb, în Columbia, Costa Rica, Venezuela, Ecuador s-a menținut pronumele *vos* în alternanță cu *tú*, până ce s-a ajuns la construcții hibride de tipul, "*vos eras*" (verbul la persoana a II-a singular, *voi erai*), fenomen numit "voseo", la care vom reveni într-un alt capitol al acestei lucrări. În limba spaniolă americană *vos* s-a menținut ca pronume între egali sau pentru inferiori, iar *tu* nu a mai fost

întrebuințat deloc, începând cu secolele al XVII-lea și al XVIII-lea. Totuși, forma de acuzativ *te* nu a dispărut și apar construcții ca: “*a vos te* parece bien” (*a vos*=ție îți pare bine), fenomen denumit “tuteo” (tutuire).

b) Limba franceză. Alexandru Niculescu⁵⁰ arată că primele atestări ale formei pronominale reverențiale sunt târzii și aparțin secolului al XI-lea, cu textul *La vie de Saint Alexis*. S-a remarcat posibilitatea apariției mai multor forme reverențiale în același context alocutiv; de exemplu, alternanța liberă a persoanei a II-a singular și a II-a plural în limba franceză veche în care nici o regulă nu delimita folosirea pronumelui *tu* și a lui *vous* de politețe care alternau în același text. Uneori se folosea verbul la plural, alături de pronumele la singular. Oscilațiile între *tu* și *vous* reprezintă o luptă între vechi și nou, pot fi considerate un fenomen istoric. Numim această perioadă ”de tranziție”.

Fazele ulterioare ale limbii franceze sunt mai puțin interesante; în atmosfera clasicizantă a secolului al XVI-lea se manifestă o revenire a pronumelui *tu*. În dramele sale, Racine folosea pronumele cu o perfectă coerență semantică. Personajele sale cele mai importante, reprezentante ale claselor sociale înalte utilizează pronumele *vous* reciproc. Chiar dacă sunt soț și soție, amanți, frate și soră, nici unul dintre ei nu folosește pronumele *tu*, dacă aparține unui rang superior, însă, fiecare are și un confident, căruia i se adresează cu *tu*, dar care răspunde folosind *vous*. Ferdinand Brunot⁵¹ arată că încă de la originile limbii franceze s-a întrebuițat pronumele *vous*. Aduce ca exemplu textele în versuri numite “chansons de geste”. Roland se adresează sabiei sale folosind pronumele *vus*: ”Ne *vus* ait hum ki facet cuardie” (Ne *vous* ait homme qui fasse des lachetés), apoi “O, Durandal, ma bonne, *vous fûtes* à la malheure”; în schimb se adresează divinității folosind verbul la persoan a II-a singular: “Vrai Père, *préserve* mon âme de tout

péril”. Pronumele *vous* devine apoi atât de frecvent, încât se întrebuintă pronumele *tu* în invocarea către Dumnezeu, și față de țară (stau mărturie versurile lui Victor Hugo, de pildă). Secolul al XVII-lea este cel al prețiozității, iar pronumele de adresare este *vous*. Sub vechiul regim “les honnêtes gens” nu se tutuiau, dar tutuiau omul din popor. În Franța semantica non reciprocă a puterii/popor a continuat să fie dominantă până la Revoluție, când Comitetul salvării publice a condamnat folosirea formei *vous*, ca un fel de rămășiță feudală și a impus întrebuintarea pronumelui *tu* reciproc, care devine pronumele Revoluției. Pe 31 octombrie 1793, Malbec rostește un discurs parlamentar împotriva formei pronominale *vous*:

“Noi distingem trei persoane la singular și trei la plural și disprețuind această regulă, din fanatism și din orgoliu am luat obiceiul de a folosi persoana a doua plural când ne adresăm unui singur individ.”⁵²

Pentru o anumită perioadă de timp “fraternitatea” revoluționară transformă maniera de adresare; apelativul “citoyen” și pronumele “tu” devin regulă. Cu trecerea anilor, însă, “solidaritatea” începe să decadă și se revine la diferențele generate de raportul de putere. Idealul de egalitate socială a fost exprimat prin pronumele *tu* și din cauză că aristocrația prefera forma *vous* în adresare, ceea ce a creat mari animozități față de acest pronume. Este interesant faptul⁵³ că o organizație de muncitori calificați din generația imediat următoare revoluției, adoptase un ansamblu de reguli care recomandau membrilor săi să nu stea acasă duminică fără cravată și fără pantofi și să nu folosească niciodată între ei pronumele reciproc *tu*. Republica stabilește tutuirea generală (1791-1792) însă se revine, sub Imperiu, la uzanța de dinaintea Revoluției din 1789.

Nici limbii franceze nu-i este străină adresarea indirectă. În primele decenii ale secolelor al XV-lea și al XVI-lea, folosirea persoanei a III-a este vie și în stilul ceremonios francez (forma

elle). În adresarea către o persoană de rang înalt, în locul pronumelui alocutiv *vous*⁵⁴ se întrebuițează titlul, eticheta: "Votre Sainteté", "Votre Majesté", "Votre Excellence" și verbul se va folosi la persoana a III-a pentru acordul în persoană. Se poate folosi, când titlul, când pronumele și se poate întrebuița când persoana a II-a, când persoana a III-a. Grevisse⁵⁵ citează un exemplu dintr-o fabulă de La Fontaine: "Sire, répond l'agneau, que *Votre Majesté* / *Ne se mette pas en colère*/ Mais plutôt qu'*elle* considère..." ("Sire, răspunde mielul, *Majestatea Voastră să nu se înfurie*, ci, mai degrabă *să considere*"...) În cazul adoptării unui ton de extremă reverență, în locul formulei "Votre Majesté" apare "Sa Majesté" sau "Monsieur l'Ambassadeur"; de asemenea, în aceeași măsură, se face acordul la persoana a III-a singular. Cazul vocativ este singurul care împiedică acest acord; în acest caz, acordul va fi la persoana a doua plural.

c) **Limba italiană** prezintă în exprimarea pronominală un inventar foarte bogat de forme, o mare diversitate de la o epocă la alta, de la un dialect la altul, apoi o diversitate stilistică între vorbirea populară, limbajul standard și limba literară, aulică. Problema reverenței a fost studiată în limba italiană de către romanistul Alexandru Niculecu pornind de la secolul al XIII-lea. Primele atestări ale politeții exprimate prin persoana a II-a plural apar în compozițiile lui Rambaldo de Vaqueiras, trubadur din secolul al XII-lea, cu *Contrasto bilingue* și *Discorso plurilingue*, în care se presupune și influența provençală. De asemenea, opoziția *tu/voi* se întâlnește în versurile lui Rustico de Filippo, în dialogul dintre o femeie și adoratorul ei. Femeia i se adresează cu pronumele alocutiv *tu* și i se răspunde, în schimb, cu pronumele *voi*.

Se pare că în acea perioadă, *tu* se folosea în adresarea față de regii păgâni, față de turci și față de evrei.⁵⁶ *Voi* își spuneau între ei așa zișii "majores", atât laici cât și

ecleziști, capelanii în adresarea față de episcop sau uneori, prietenii aparținând categoriilor sociale înalte.

Un fenomen ce confirmă instabilitatea sistemului reverențial italian este ocurența în același context a pronumelor *tu* și *voi*. În primele texte italienești pronumele *tu* și *voi* au poziții contextuale care explică unele diferențe semantice.

În poeziile Scolii Siciliene (Giacomo da Lentini, Federico II, Pier delle Vigne fiind cei mai importanți reprezentanți), folosirea pronumelor alocutive demonstrează apartenența la contexte alocutive diferite; când se impunea o atitudine ceremonioasă sau distantă, apărea pronumele *voi*; *tu* era prezent în structuri alocutive familiare: "penzando pur di voi, madonna mia", sau "*intendi, bella, quel che ti dico io*"⁵⁷ ("gândindu-mă la voi"⁵⁸=dumneavoastră, doamna mea" sau "*ascultă, frumoaso, ceea ce îți spun eu*"). În secolul al XIV-lea, după o perioadă de oscilații între *tu* și *voi*, structura binară a exprimării pronominale a reverenței devine stabilă. Ideea întoarcerii la formele și procedeele alocutive latine a preocupat mult pe literații vremii respective. În *Decameronul* lui Boccaccio, *voi* este pronumele folosit în adresarea către Papă sau către persoane aparținând categoriilor sociale înalte. În schimb, Boccaccio îi scrie lui Petrarca în limba latină, întrebându-l *tu*. În *Divina Comedie*, Dante folosește în mod curent *tu* în adresarea față de aproape toate personajele pe care le întâlnește, rezervând pronumele *voi* pentru persoane față de care are un mare respect: "*Siete voi, qui, ser Brunetto?*"⁵⁹ În *Paradisul*, când îl întâlnește pe Cacciaguida, Dante trece la *voi*:

"Dal voi che prima a Roma s'offerie,
in che la sua famiglia men persevera,
ricominciaron le parole mie;"⁶⁰

(“Cu *voi* ce-odată Roma folosi
și azi mai rar de cetățeanu-i zis e
cuvântul meu prinsese a rosti”);⁶¹

În același fel, Dante întrebuițează întotdeauna pronumele *tu* în adresarea față de demoni, iar pe urmă, în *Paradisul*, la fel, pentru Beatrice moartă. Petrarca se adresează Laurei vii cu *voi*: “Che i be’ *vostr’* occhi”...⁶², iar după moartea ei, cu *tu*: “Ma *tu*, ben nata, che dal ciel mi *chiami*”⁶³.

Dante credea că prima persoană care a primit un pronume de politețe a fost Cezar. *Voi* este așadar o modalitate de exprimare adulatorie și unele personalități ale perioadei respective s-au revoltat împotriva folosirii persoanei a II-a plural, insistând asupra faptului că nici Cezar, nici Augustus n-au folosit-o, iar folosirea ei s-ar fi păstrat deoarece “ai grandi piace ciò che è corrotto”⁶⁴ (“celor mari le place ceea ce este corupt”).

Secolul al XIV-lea italian este și secolul *curtoaziei*, “l’amour courtois” fiind conceptul-cheie al poeziei de dragoste. Curtoazia se unește cu frumusețea, cu grația, cu amabilitatea, cu veselia și indică un mod galant de a vorbi, de a venera o persoană. “la cortesia è una bella magnificenza” (“curtoazia este un frumos fast, o mare strălucire”), spunea Francesco da Barberino într-un manual din secolul al XIV-lea⁶⁵.

Până în secolul al XIV-lea, în limba italiană s-a folosit mult pronumele simplu *tu*, iar ca o eventuală formă respectuoasă, *voi*.

“Magnificenza” a readus la sfârșitul secolului alocutivale nominale abstracte, adică substantive care reprezentau calități atribuite interlocutorului, folosite în ceremonialul imperial latin. Cel mai important pare să fi fost “Signoria”, o formulă bazată pe conceptul de putere și de stăpânire. Acest termen se folosea numai în adresarea față de persoane care reprezentau puterea și apare în corespondența ceremonială. Titlurile onorifice “Vostra Signoria”, “Vostra Altezza”, “Vostra

Magnificenza” cer acordul cu persoana a III-a a verbului. De exemplu, într-o scrisoare, Esterolo Visconti se adresează ducelui Francesco Sforza astfel: “La Illustrissima Signoria Vostra me scrive”⁶⁶.

Cu toate acestea, apar unele inadvertențe, nu există o regulă precisă, conform căreia după “Vostra Signoria” trebuie să urmeze persoana a treia a verbului. De exemplu în scrisorile sale către Francesco Guicciardini, Nicolò Machiavelli (1526) scria:

“Signor Presidente, l’credetti avere a incominciare questa mia lettera, in risposta all’ultima di Vostra Signoria, in allegrezza, et io la ho a cominciare in dolore, avendo voi avuto un nipote tanto da ciascuno desiderato, et essendosi poco appresso morta la madre.”
 (“Domule Președinte, eu am crezut că voi începe să scriu scrisoarea mea ca răspuns la ultima scrisoare a Domniei Voastre, cu bucurie, și eu o încep cu durere, dat fiind că voi= dumneavoastră aveți un nepot atât de drag care a aflat de puțin timp că i-a murit mama”).

Sau “Magnifico e onorando messer Francesco, io ho tanto penato a scrivervi, che la S.V. è prevenuta”⁶⁷.

(“Stimate și onorate domnule Francesco, atât de mult m-am chinuit să vă scriu, încât Domnia Voastră este prevenită”).

În *Dialogo sopra i due massimi sistemi*, Galileo folosește pronumele *Lei*. Astfel, în dedicația către ducele Ferdinando II dei Medici, numit “Vostra Altezza”, scria:

“Con che pregandole prosperità, per crescer sempre in questa sua pia e magnanima usanza, le fo umilissima reverenza.”⁶⁸

(“Cu acestea dorindu-vă prosperitate, ca să creșteți și mai mult în această pioasă și generoasă trăsătură obișnuită a dumneavoastră, vă fac o plecăciune umilă”); în schimb, personajele dialogului folosesc în adresare pronumele *voi*:

“Simplicio: Di grazia, signor Salviati, *parlate* con più rispetto d’Aristotile”⁶⁹

(“O rugămintе, domnule Salviati, *vorbiți* cu mai mult respect despre Aristotel”).

În secolul al XV-lea, folosirea pronumelui alocutiv *voi* în adresare stă alături de substantivele apelative abstracte.

Putem spune că uzanțele de curte tind spre o generalizare a formelor abstracte, în timp ce limba literară face eforturi pentru a menține vie folosirea pronumelui *voi*. Oscilațiile durează două secole.

Persoana a III-a a verbelor începe să însoțească substantivele abstracte. Acest mod de adresare era considerat în raport direct cu ceremonialul spaniol, însă influența spaniolă a fost ori exagerată, ori negată, arată Bruno Migliorini⁷⁰, care s-a ocupat de originile formei *Lei* în limba italiană. Mulți oameni de literе ai vremii se declară împotrivă, numind-o “vile adulazion spagnola”⁷¹ (josnică lingușire spaniolă), iar Ariosto,⁷² “che messe *la signoria* fin in bordello” (care a pus *domnia* în bordel).

“Signor, dirò - non s’usa più fratello
poiché la vile dulazion spagnola
messe la signoria fin in bordello!”

(“Domnule, voi spune, nu se mai folosește -cuvântul-frate

deoarece josnica lingușire spaniolă

a pus *domnia* și în bordel”), ceea ce demonstrează că forma indirectă își pierde conotația emfatică și intră în circulația socială. Migliorini, în lucrarea mai sus amintită, invocă părerile unor literați care îi considerau pe spanioli mult mai modești decât pe italieni, cu obiceiuri mărunte, prin urmare, nu aceștia ar fi putut să răspândească în Italia apelativul *signoria*:

“Onde chi dice che Spagnoli habbian seminati per tutti i campi d’Italia il nome di *Signoria*, ben dimostra di

non aver vista la Spagna, ne i suoi modestissimi costumi”⁷³

(“De aceea cine spune că spaniolii au răspândit peste tot în Italia substantivul *Signoria*, demonstrează că nu a văzut Spania și nici obiceiurile sale modeste).

Așadar, când se prefera în adresarea față de un “signore”, care merita acest titlu, apelativul “Vostra Signoria”, se poate afirma că influența spaniolă este incertă și oricum, limitată. Regiunile în care era obiceiul de a folosi în adresare apelativul “signore” sunt cele aflate sub stăpânire spaniolă, și anume, Napoli și Lombardia. Astfel, Ortensio Lando⁷⁴ afirmă că a fost surprins în mod neplăcut: “di vedere in Napoli che quasi ogni persona si chiamasse *Signor* e *Signora*, a tutti si desse pel capo della *Signoria* e dovunque mi volgesse udisse *Don Tale* e *Donna Tale*”.

(“să văd la Neapole că aproape toți își spuneau *Signore* și *Signora*, tuturor li se spunea *Signoria* și oriunde mă întorceam auzeam Domnul Cutare și Doamna Cutare”).

În secolul al XV-lea pronumele *lui* și *lei* încep să se folosească cu funcția de subiect, în ciuda tuturor împotrivirilor puriștilor care invocau comparația cu limba latină. Tot în această perioadă începe utilizarea pronumelui personal de persoana a III-a cu referire la “Vostra Signoria”: mai întâi *ella*, *essa*, *questa*, *quella*, apoi *lei* care în secolul următor va deveni pronumele alocutiv cu cea mai mare frecvență în uz: “Pregando *essa* V. Ill-ma Signoria se degna fare tal dimostrazione verso el dicto Iacopo che lo predicto Matheo et soi comprendano per mio amore *lei* lo ha trattato bene e clementemente” (Scrisoare aparținând lui G. Pontano, 9 iulie 1476).⁷⁵ În ultimele decenii ale secolului al XV-lea acordul la feminin se extinde: “La V. S. non harà per male, che non potendo io venire in persona a parlare a *quella*... io pigli sicurtà a scriverli con quella fede che meritamente debbo havere in *essa*... Prego la V. S. che sia contenta... ne resterò

essa obligatissimo...”⁷⁶ (Il Poliziano îi scrie lui Francesco di Giuliano de’ Medici) (*Domnia Voastră* nu se va supăra că neputând eu să vin personal să vorbesc cu *dumneavoastră* ... vă scriu cu încrederea pe care trebuie s-o am în *dumneavoastră* ... O rog pe *Domnia Voastră* să fie mulțumită ... îi voi rămâne foarte îndatorat).

În a doua jumătate a secolului al XVI-lea, acest obicei se cristalizează și alături de “Vostra Signoria” apare forma mai rapidă “Vossignoria”. Inovația secolului al XVI-lea este pătrunderea acestor forme în stilul colocvial, mărturie stau comediiile lui Pietro Aretino, scrierile lui Pietro Bembo și Jacoppo Sannazzaro. Totuși, influența culturii spaniole în secolul al XVI-lea nu poate fi negată. Ea contribuie la extinderea construcțiilor reverențiale deja existente în limba italiană. Inserția masivă de ceremonial în Italia s-a produs printr-o influență spaniolă incontestabilă. Momentul cel mai dificil a fost constituit de trecerea de la forma directă la cea indirectă (folosirea persoanei a III-a) în exprimarea reverenței: “un altro mal regna oggi, ch’è di alcuni signori, i quali, parlando o scrivendo ad alcun che lor paia disonorarlo col dargli del *Voi* e di troppo honorarlo col dargli della “Signoria” gli parlano e scrivono in terza persona *egli, li, le, suo, sua, suoi, sue* ed altri che molte volte non se ne può cavar sentimento alcuno”⁷⁷ (un alt rău domnește astăzi, obicei al unor domni, care, vorbind și scriind cuiva pe care au impresia că-l jignesc dacă i se adresează cu *Voi* și că-l slăvesc prea tare adresându-i-se cu *Domnia Voastră* îi vorbesc și îi scriu la persoana a treia *el, îi, le, al său, a sa, ai săi, ale sale*, și altele încât uneori nu se poate sesiza nici un sentiment). Dat fiind faptul că expansiunea pronumelui de persoana a III-a s-a răspândit în Spania în a doua jumătate a secolului al XV-lea și apoi în Italia, prin intermediul curților, maniera aceasta de a vorbi se află în raport direct cu ceremonialul spaniol, însă originea formei pronominale *Lei* și modul în care se cristalizează sunt

de natură italiană, după cum arată B. Migliorini în *Primordi del Lei*, articolul citat mai sus.

Secolul al XVI-lea aduce în evoluția sistemului pronominal reverențial pronominalizarea substantivelor alocutive abstracte ca: “Signoria”, “Magnificenza”, “Excellenza”.⁷⁸ Acestea sunt pronominalizate progresiv cu ajutorul demonstrativului feminin “quella” sau al pronumelui personal feminin *ella* sau *essa* care nu se întrebuițau în stilul colocvial, însă mărturiile literare sunt numeroase. Alături de alocutivii reverențiali apar totuși și formele nominale: “Vostra Signoria”, “Vostra Magnificenza”. Formele substantivale indirecte au introdus în mesajul reverențial pronume de persoana a III-a singular, cu funcție alocutorie. Înlocuind substantivele abstracte feminine, toate aceste pronume corespund unității semantice “feminin”: *Ella*, *Quella*, *Essa* și selecționează în primele epoci ale folosirii lor morfeme feminine. În limba italiană întâlnim fenomenul de întrebuițare în consecutie imediată două pronume; formele *ella*, *essa*, *quella* sunt reluate anaforic de pronumele “ley” (*lei*), ca urmare a folosirii tot mai frecvente a pronumelor oblice *lui*, *lei* cu funcția sintactică de subiecte în limba vorbită, în locul pronumelor în nominativ *egli*, *ella*, ceea ce a reprezentat o concesie făcută limbajului colocvial, împotiva normei aulice. Pietro Bembo arată, în *Prose della volgar lingua* că pronumele *lei* era deja destul de stabil în secolul al XVI-lea, putând impune această nouă normă. Între cele două pronume consubstanțiale este prezentă o concordanță de gen. Mai târziu, când acest pronume devine uz curent, concordanța de gen este suprimată. Expresia de reverență folosește formele pronominale unice, indiferent de gen și tinde, în planul expresiei, să elimine opozițiile gramaticale de gen în limba italiană standard (de exemplu: *Lei è professore/professoressa*). Dialectal se creează pronume reverențiale diferențiate după gen; de pildă, în dialect milanez: *lu/le*; în dialect venețian:



lu/la. Apariția în sistemul reverențial a unui pronume de persoana a III-a singular, cu funcție alocutorie, alături de pronumele de persoana a II-a plural, a introdus în semantica politeții componenta emfatică în limba italiană: *tu-voi-Lei*, același lucru se întâmplă și în limba spaniolă: *tu-vos (vosotros)-usted*.

Un alt tip de pronominalizare apare la finele secolului al XVI-lea și reprezintă consecința folosirii frecvente a substantivelor abstracte, mai ales forma "Vostra Signoria". Aceasta s-a alterat și a devenit un adevărat pronume alocutiv. Astăzi se întâlnesc variantele sale dialectale: "Vossignuria", în dialect piemontez și "Vussioria", "Vossuria", în dialect venețian. *Vossignoria* devine pronume alocutiv generalizat în secolul al XVII-lea, ca pronume al înaltei societăți, dar și între soți.

Generalizarea formei reverențiale pronominale *Lei* a durat până în primele decenii ale secolului al XVIII-lea. În acest secol, *ella* era întrebuințat de bărbați față de femei, iar femeile le răspundeau cu *vossignoria*.

Până în secolul al XIX-lea există trei niveluri (sistemul tripartit⁷⁹) ale reverenței pronominale:

-I nivel: folosirea lui *Lei* (care devine deseori *Ella* când este subiect) este semnul celui mai mare respect, folosit față de autorități sau de interlocutori iluștri, iar uneori chiar față de părinți;

-al-II-lea nivel: folosirea lui *voi*, mai puțin formal, indiciu al respectului între egali sau în adresarea față de părinți, fapt întâlnit și astăzi în unele regiuni italiene;

-al-III-lea nivel: folosirea lui *tu* pentru prieteni, rude și "inferiori", persoane de o condiție socială modestă.

De exemplu, în romanul *I promessi sposi*, (care este un tablou reprezentativ pentru secolul al XVII-lea, epoca în care este situat romanul), Perpetua folosește pronumele *Lei* față de don Abbondio, care îi răspunde cu *voi*; Lucia se adresează cu *voi*

mamei Agnese; Fra Cristoforo utilizează *tu* față de Renzo și *voi* față de Lucia; *voi* se folosește între soți, între logodnici și între veri de familie nobilă; Don Rodrigo îi spune *Lei* lui Fra Cristoforo, iar acordul se face la feminin:

“Eh via! Sappiamo che *lei* non è venuta al mondo col cappuccio in capo, e che il mondo l’ha conosciuto”⁸⁰.

(“Ei haideți! Știm că *dumneavoastră* n-ați venit pe lume cu gluga în cap și că ați cunoscut lumea.”)

Folosirea pronumelor indică un raport asimetric realizat în baza unor variabile: 1) vârsta sau poziția în familie; astfel, Agnese se adresează Luciei cu *tu*, dar i se răspunde, în schimb, cu pronumele *voi*; 2) poziția socială: stăpânul spune *tu* servitorului, dar i se răspunde cu pronumele reverențial *lei* (don Rodrigo și Griso); de asemenea, o persoană respectabilă se adresează cu *voi* unei persoane inferioare din punct de vedere social, dar i se răspunde cu *lei* (cardinalul față de don Abbondio); 3) sexul: un bărbat poate spune *tu* unui alt bărbat, însă unei femei i se va adresa mereu, cel puțin cu pronumele *voi*; 4) emotivitatea momentană: în capitolul al VI-lea dialogul dintre Fra Cristoforo și Don Rodrigo începe prin întrebuintarea pronumelui reverențial reciproc *lei*, însă căpătând tonalități de dispută, Fra Cristoforo trece la *voi*, iar Don Rodrigo la *tu* (persoana a II-a singular a verbului *parli*): “Come *parli* frate?”⁸¹

În scrisorile lui Leopardi⁸² apar diferențe în folosirea pronumelui *Lei* și “*voi*”. În 1817 Leopardi trimite o traducere poetului Vincenzo Monti și folosește *ella*, scris cu literă mică, însă este foarte respectuos:

“*Riceverà per mia parte dal Sig. Stella, miserabilissimo dono, la mia traduzione del secondo libro della Eneide, anzi non dono, ma argomento di riso al traduttore della Iliade primo in Europa, e al grande emulo del grande Annibal Caro. Ed ella rida, che il suo riso sarà di compassione, e la sua compassione più grata ed*

onorevole a me che l'invidia di mille altri”⁸³ (“*Veți primi de la mine, din partea mea prin domnul Stella, un dar foarte neînsemnat, traducerea mea a celei de a doua cărți a Eneidei, de fapt nu un dar, ci motiv de răs pentru primul traducător al Iliadei în Europa și pentru marele discipol al lui Annibal Caro. Și dumneavoastră –puteți - să râdeți, și răsul va fi compătimitor, iar compasiunea dumneavoastră va fi pentru mine mai plăcută și mai demnă de onoare decât invidia a mii de persoane*”).

Răspunsul lui Vincenzo Monti este tot atât de respectuos, dar formele verbale utilizate sunt la persoana a II-a plural, corespunzătoare pronumelui *voi*:

“Dico adunque e il dico sinceramente, che la *vostra* versione del secondo dell’*Eneide* mi è piaciuta e mi piace sopra ogni credere. *Siate* contento, anzi superbo dei primi passi che *avete fatto*. E *state* sano. *Vostro* Obbligatissimo Servitore ed Amico, Vincenzo Monti”⁸⁴. (“Spun deci și spun aceasta sincer, că versiunea *dumitale* mi-a plăcut și îmi place peste măsură. *Fii* mulțumit, ba mai mult, mândru de primii pași pe care *i-ai făcut*. *Fii* sănătos. *Al dumitale* foarte obligat servitor și prieten V. M.)

În general, Leopardi poate să treacă de la *Lei* la *voi* în momentul în care stabilește cu un corespondent o legătură de respect reciproc. De obicei, însă, se adresează unui corespondent deosebit folosind pronumele reverențial *Ella*, chiar dacă acesta este tatăl său, “caro papà”, astfel, într-o scrisoare din 1835 scrie:

“Mio caro Papà,
Spero ch’*Ella* sarà contenta dell’acclusa, ch’*Ella* suggellerà”⁸⁵ (“Dragul meu tată sper că *dumneavoastră veți fi* mulțumit de anexa pe care *dumneavoastră* o veți sigila”).

Interesant de remarcat este faptul că în cea de a doua ediție (1840) a romanului *I promessi sposi*, Alessandro Manzoni înlocuiește pronumele *ella* cu *lei*.

Putem afirma că aceasta este perioada răspândirii generale și a consolidării exprimării pronominale reverențiale indirecte. În scrisorile lui Manzoni putem observa, în primele decenii ale secolului al XIX-lea, aceeași trecere de la *Lei* la *voi*, atunci când relațiile între corespondenți devin mai apropiate. Însă, cu trecerea anilor (Manzoni moare în 1873), remarcăm ca unică formă pronominală reverențială, *Lei*, chiar în cazurile în care este vorba de raporturi de amicitie. De exemplu, în 1868, într-un mesaj către Emilio Broglio scria:

“Veneratissimo Amico, con quella *libertadascia* a cui m'avvezzo, *Le* accludo questa lettera per il Sig. Fanfani non conoscendo il suo recapito, e sapendo che la fama di scrittore non basta sempre a guidare un portalettere. Mi scusi, mi voglia bene e mi creda, tutto *Suo*, Alessandro Manzoni.”⁸⁶

(Preaenerate prieten, cu libertatea cu care mă obișnuiesc, *Vă* anexez acastă scrisoare pentru domnul Fanfani, deoarece nu-i cunosc adresa, și știu că renumele de scriitor nu este mereu suficient pentru a-l ghida pe poștaş. *Iertați-mă, iubiți-mă și credeți-mă* cu totul *al Dumneavoastră*, Alessandro Manzoni).

Această manieră de utilizare a pronumelui reverențial este deja modernă, persoana a treia singular înlocuiește persoana a doua plural.

În *Così è (se vi pare)*, în 1917, Pirandello folosește persoana a III-a plural, într-un dialog între vecini, adresare caducă, ieșită din uz în limba italiană contemporană (în limba română, însă, se poate traduce doar cu persoana a II-a plural):

“Signora Frola: Oh, ma per carità, non *pensino* male di lui! È un *così* bravo giovine! Buono, buono. . . *Lor signori non possono* immaginare quanto sia buono! (...)”

Ah, *credano*, che non avrei potuto desiderare per lei un marito migliore!”⁸⁷ (“Vă rog, *nu gândiți rău de el!* Este un tânăr așa de cumsecade! Bun, bun...*Dumneavoastră domnilor nu puteți* să vă imaginați cât este de bun! Ah, *credeți-mă*, nu aș fi putut să doresc pentru ea un soț mai bun”).

Sub influența culturii franceze, în secolul al XIX-lea, pronumele *voi* redevine pronume reverențial cu drepturi depline. Acest pronume a avut, ca element central al exprimării reverențiale, momente de efervescentă sau de dădădere. În timpul regimului fascist, în Italia (1935), pronumele *voi* este decretat de guvern drept unică formă alocutivă. Este o tendință de întoarcere la tradiția de până în secolul al XVI-lea; în consecință, Italia se apropia astfel de celelalte țări europene civilizate.

La 15 ianuarie 1938 apare în *Corriere della sera* un articol semnat de Bruno Cicognani, care atacă violent pronumele reverențial indirect *Lei*. În opinia sa, acesta reprezenta o aberație gramaticală prin faptul că se adresează unei “entități” abstracte și nu unei persoane în carne și oase.⁸⁸ Își exprimă dorința de a se reveni la utilizarea formelor pronominale *tu* și *voi* de origine romană și creștină:⁸⁹

“Oggi che l'Italia è sospinta a una più profonda coscienza del suo vero essere e alla riconquista dell'antica grandezza, l'Italia di oggi compie anche questo: lo sradicamento e l'abolizione di un uso che non solamente urta contro la legge grammaticale e logica, ma e testimonianza(...) dei secoli di servitù e d'abiezione(...).

Dare del *lei*, indirizzarsi cioè non alla persona alla quale si parla, alla persona reale, corporea, vivente, ma a un'entità astratta della quale l'individuo concreto sarebbe l'incarnazione: alla signoria di lui(...), quest'aberrazione grammaticale e sintattica non fu che

un portato dell'incortigianamento, dell'artificiosità dei costumi, dei sentimenti, delle idee, delle parole venutaci dalla Spagna di allora(...).

Roma repubblicana non aveva conosciuto che il *tu*. La Roma cesarea poi conobbe il *voi*(...) quando dal tronco latino germogliarono le nuove lingue, in queste passo come espressione di spontanea e affettuosa riverenza, quale ancora e nelle famiglie dei contadini toscani. Così Dante nel Paradiso, dopo che Cacciaguida si è manifestato, muta il *tu* in *voi* in segno di rispetto(...).

Ora, ripeto, e non più, la rivoluzione fascista si è proposta di riportare lo spirito della razza alle sue antiche origini, liberandolo da ogni inquinamento. Ebbene: si compia anche questa purificazione: si torni, anche in questo all'uso di Roma, al *tu* espressione dell'universale romano e cristiano. Sia il *voi* segno di rispetto e riconoscimento di gerarchia. Ma in ogni altro caso, la forma del comunicare, scrivendo o parlando, sia il *tu*: la forma grammaticalmente, logicamente, spiritualmente vera, immediata, semplice, schietta, italiana; che attesta e afferma la comunione della natura, dei sentimenti, delle idee, la partecipazione, ciascuno secondo se stesso ma con l'interno e vero se stesso, alla umanità e alla civiltà." *Corriere della sera*, 15.01.38.

(Astăzi când Italia este îndemnată spre o conștiință de sine mai profundă și spre recucerirea măreției antice, Italia de astăzi săvârșește și dezrădăcinarea și abolirea unui uz care nu numai că încalcă legea gramaticală și logică, ci este și mărturia secolelor de aservire și de abjecție... A te adresa cu pronumele *Lei*, adică nu direct persoanei cu care vorbești, persoanei reale, vii, ci unei entități abstracte, un fel de încarnare a individului concret: *domnia sa*; această aberație gramaticală și

sintactică nu a fost decât efectul curtoaziei, artificialității obiceiurilor, sentimentelor, ideilor, cuvintelor venite la noi din Spania de atunci.

Roma republicană nu cunoscuse decât pronumele *tu*. Roma lui Cezar l-a cunoscut apoi pe *voi*, când din trunchiul latin s-au născut noile limbi, de data aceasta ca expresie a reverenței spontane și afectuoase, la fel ca și în familiile țăranilor toscani. Astfel Dante, în *Paradisul*, după ce apare Cacciaguida, schimbă pronumele *tu* în *voi*, ca semn de respect.

Acum, repet, revoluția fascistă și-a propus să exprime spiritul rasei de la originile sale antice, eliberându-l de orice poluare. Ei bine, să săvârșim și această purificare să ne întoarcem la obiceiul roman, la *tu*, expresie a romnului universal și creștin. Să fie *voi* semn de respect și recunoaștere a unei ierarhii. Dar în orice caz, forma pentru comunicare, în scris și vorbit, să fie *tu*: forma gramaticală, logică, spirituală, adevărată, imediată, simplă, dreaptă, italiană, care atestă și afirmă comuniunea de idei, participarea fiecăruia conform felului său de a fi, la unitate și la civilizație.”)

Argumentele lui Cicognani care l-au entuziasmat pe Mussolini, au fost ulterior reluate și de alte reviste fasciste : *Critica fascista*, *Antieuropa*, *Gerarchia* ; se interzicea folosirea persoanei a-III-a tuturor membrilor partidului fascist, apoi funcționarilor de stat, armatei și instituțiilor școlare.⁹⁰ Într-o *Conversazione sulle ragioni storiche ed etiche che vietano agl'Italiani l'uso del Lei nei rapporti sociali*,⁹¹ ținută în 1939 în fața mamelor elevilor liceului Cividale del Friuli de către director se arată: ”L'uso del *voi* e del *tu* è il naturale complemento del saluto romano; la guerra contro il *lei* è la naturale continuazione della guerra contro ogni influsso straniero e barbarico. Non è dunque una guerra di grammatica,

ma di carattere, di genio, di stirpe: è una guerra degna del Fascismo.”

(Folosirea pronumelor *voi* și *tu* constituie o completare naturală a salutului roman; războiul împotriva pronumelui *Lei* este continuarea naturală a războiului împotriva oricărei influențe străine și barbare. Nu este vorba deci de un război gramatical, ci este un război de caracter, de geniu, de neam: este un război demn al Fascismului.”)

În *Deșertul Tătarilor*, roman publicat de Dino Buzzati în 1940, toți interlocutorii, militari sau civili, folosesc în adresare pronumele *tu* și *voi*.⁹²

“Achtung! Achtung! Mi dimenticavo di dirti che c’è il problema del *lei*. Longanesi diceva che, siccome la vicenda si svolge nella seconda metà del secolo scorso (o almeno così si poteva dedurre dal contesto) il *lei* poteva restare. Ad evitare grane tuttavia - e al proposito ho interpellato Rizzoli - penso che sarebbe meglio modificare i dialoghi con il *voi*(...)”.

“Achtung! Achtung! Uitam sa-ți spun că există problema pronumelui *lei*.

Longanesi spunea că, dat fiind că acțiunea se petrece în doua jumătăți a secolului trecut (sau cel puțin așa se putea deduce din context) *lei* putea să rămână. Ca să evităm neplăceri, totuși -și i-am cerut părerea și lui Rizzoli - mă gândesc că ar fi mai bine să modifici dialogurile cu pronumele *voi*.”)

De-abia la a doua ediție a cărții, în 1945, când schimbarea regimului a adus și schimbări de optică, și o întoarcere spre legile limbii, pronumele *voi* vor fi înlocuite cu *lei*.

E interesantă și poziția unui alt mare scriitor italian, Cesare Pavese, care publică în 1941 în revista *Lettere d’oggi*, condusă de Giambattista Vicari, romanul *La spiaggia*. Pavese observă că Vicari schimbase toate pronumele *lei* în *voi*. Într-o

scrisoare, în care i se adresează cu persoana a III-a, și i se răspunde cu același pronume reverențial *lei*, Pavese scrie:

”Qui si tratta della Sua responsabilità e non posso insistere. Vedo, però, che “Argomenti”, per esempio, stampa racconti costruiti con *lei*- non sarebbe possibile, quando la *Spiaggia* uscirà in volumetto, ristabilire questa manzoniana forma?”⁹³

(“Aici este vorba de responsabilitatea dumneavoastră și nu pot să insist. Văd, totuși, că “Argomenti” de exemplu, tipărește povestiri construite cu *lei* – nu ar fi posibil când *Plaja* va ieși în volum, să revenim la această formă manzoniană?”)

Pentru că dorea apariția rapidă a cărții, acceptă pronumele *voi*, totuși este anunțat de editor că uneori, din greșeală apare și pronumele *lei*, fapt ce-i produce o reală plăcere scriitorului.

Folosirea pronumelor *lei* și *voi* în romanele italiene a căror acțiune se desfășoară în timpul războiului este destul de dificilă. Alberto Moravia, de exemplu, întrebuințează în romanul *La mascherata*, pronumele *voi*, ca formă normală de politețe, deoarece anul apariției este 1941. Un alt exemplu interesant este o revistă adresată unui public feminin “*Lei*”, al cărei prim număr apărea în 1933. “*Lei*” însemna, “femeia”, ca și francezul “*Elle*”. Cenzura fascistă impune dispariția pronumelui “scandalos” din titlu, iar revista va apărea cu denumirea de “*Annabella*”.

În școli⁹⁴ o circulară decreta folosirea pronumelui *voi* în adresarea către profesor, și *tu* de la profesor la elev.

După război, pronumele *voi* este simțit ca “fascist”, impus, jignitor și, încet, încet este eliminat, idiosincrazie dată de asocierea unui lexem cu o stare politică dictatorială.

Astfel, limba italiană a înregistrat schimbări prin codul socio-politic, în plan lingvistic, în ceea ce privește sistemul pronominal de reverență.

d) **Limba română** nu cunoaște adresarea la persoana a II-a plural (pluralis reverentiae).

Față de pronumele personale "autentice", moștenite din latină și foarte vechi în limba română, existând de când există limba română, pronumele de politețe sunt noi, reprezentând ultimele apariții și achiziții în sistemul pronominal. Lucrul acesta rezultă și din forma nesigură și neevoluată pe care o au în general pronumele de politețe în primele texte românești, cu predilecție laice, unde găsim: "domniii meale", "domnia nosturu", "măriia ta", "domnia mitale", "domnia ta", "dumneata", "domniia voastră", "domniele vostre", "măriia lui", "domniia lui", "dumnealui", "domniia sa".⁹⁵

În *Scrisoarea lui Neacșu*, 1521⁹⁶ apar formele: "domniia ta", "domnie-tale", "domniele voastre": "I pak să știi *domniia-ta...*", "I pak spui *domnie-tale* de lucru lu Mahamet beg...", "Eu spui *domnie-tale*, iară *domniia-ta* ești înțelept și aceste cuvinte să ții *domnia-ta* la tine, să nu știe umini mulți și *domniele voastre* să vă păziți cum știți mai bine". În *Suplica egumemului Moldoviței*, din 1592⁹⁷ sunt prezente următoarele forme pronominale reverențiale: "*domnia voastră*", "*domnii[i] sale*", "*domniile voastre*".

În *Scrisoarea lui Cocrișel*, de la 1600, (Nordul Transilvaniei)⁹⁸ citim: "Deci mă rog *domilor vostre* ca lui Domnedzău den ceriu..." și "Și afle aiasta scrisoare a mea sănătoș pre *domeavoastră*".

Plîngerea boierilor munteni (1614)⁹⁹ către Radu Vodă Șerban începe astfel: "Prea milostive doamne, să fii *domneata* sănătos. Rogumu-ne *domnetale...*", "Pentru care lucrure știi *dumneata*, cînd ne-am despărțit de *domneata...*". Remarcăm pronumele *dumneata*, alături de *domneata* (mult mai frecvent în text) în aceeași frază.

În secolul al XVI-lea apar pronume de politețe și în textele religioase, mai exact, în predosloviile acestora: "*măriei lui*", "*domniei meale*", "*domniei lui*".

În secolul următor, pronumele reverențiale devin frecvente și în textele religioase, în *Cazania* lui Varlaam, de exemplu, întâlnim *dumneata*, "*măria lui*", "*svenția sa*". Uneori, acolo unde în secolul al XVI-lea era un pronume personal propriu-zis, în secolul următor apare un pronume de politețe:

"Doamne, de ești *tu* zi-mi să vii. . ."

"Doamne, de ești *măriia ta*, dzi-mi să viiu. . ." ¹⁰⁰

C. Dimitriu, în *Tratat de gramatică a limbii române. Morfologia*, arată cum în limba română modernă microsistemul pronumelor personale a evoluat, renunțându-se la formele care trimit la vorbitor (persoana I), producându-se în schimb, o specializare a pronumelor care trimit la interlocutor (persoana a II-a) și obiectul dialogului (persoana a III-a) pe grade de politețe. Astfel, gradul de politețe redus este exprimat prin pronumele *mata*, mai ales în nordul țării, în jurul Dorohoiului și Sucevei, unde se întâlnește și forma *singur* ¹⁰¹, apoi *dumneata*, *dînsul*, mai ales în sud, relațiile sociale nefamiliare cunosc un alt grad, mai avansat de politețe, exprimat prin *dumneavoastră*, *dumnealui*, *domnia sa*. Aceste pronume pot înlocui nume doar dacă trimit la persoana a III-a, obiectul dialogului, la vorbitor, persoana I, și la interlocutor, persoana a II a:

"...de veți întreba domniia voastră de sănătatea domnului nostru Niculei vodă..., *domniia lui* este sănătos și vesel..." ¹⁰²

Preotul Văsiin Beuz scrie din Moldova la începutul secolului al XVII-lea primarului Bistriței cerând grațierea unui ucigaș: "Scriem *dumitale*, birău de Bistriță [...] că iaste în prinsoare la *dumilevoastre* acel om...", apoi mai jos: "acel om ce iaste la *dumneavoastră*", iar la final: "Să fii *dumneata* sănătos". Putem observa prezența în grafie corectă a pronumelor: *dumneata*, în cazul nominativ și *dumitale*, în dativ. Interesantă este și apariția pronumelui *dînsul*: "...pre *dînsul* nu l-ar mai învie" ¹⁰³.

“Politețea la moldoveni” a fost obiect de studiu și pentru italianul Marco Bandini¹⁰⁴ care se referă la gesturile ce însoțeau în secolul al VII-lea un salut respectuos: sărutul mâinii și al picioarelor, îndoirea corpului, oferirea darurilor în vizită, onorarea unui oaspete.¹⁰⁵

Limba română a ajuns la pluralul reverențial mult mai târziu, prin influențe culturale. Apariția adresării la persoana a II-a plural este o consecință a influenței franceze care se manifestă puternic în secolele al XVIII-lea și al XIX-lea.

În secolul al XVIII-lea la exprimarea pronominală reverențială au contribuit și limbile neogreacă și rusă, limbi în care adresarea reverențială se realizează tot prin plural. Pronumele de politețe în limba română a căpătat o mare dezvoltare ulterioară.

O. Densusianu enumeră¹⁰⁶ toate pronumele de reverență întâlnite în diferite documente: N-Ac, persoana II-a: *domniia ta, domniata, domneata, domneta, dumneata, domitale, mneata, dumiitale, domnietale, domnitale, domnietale, domitale, dumitale, domnia-voastră, domneavoastră, domneavoastră, dumneavoastră, domniile voastre, domniele vostre, dumile voastre*; G-D: *domniilor voastre, domniilor voastre, domnilor vostre, domniilor voastri, domneli voastre, dumilor vostre, dum(n)ilor vostri, domneli vostre, dumilor voastre, domniea voastră*; pentru persoana III-a: N-Ac: *domnelui, dumnealui, domnealui, domniia sa, domnesa, domnii sale, domnie saile*; G-D: *domnisale, dumisale*.

Pronumele de politețe este format pe baza substantivului “domnie” articulat și asociat cu pronume personale: *lui, ei, lor* sau cu adjective posesive: *ta, sa, voastră*, înregistrându-se și omonimii (*dumneavoastră* are aceeași formă pentru cazurile nominativ, acuzativ, genitiv dativ, de exemplu).

Caracteristică limbii române este existența unui al treilea membru al paradigmei; prin urmare, în limba română sensul politeții se distribuie ternar: *tu, dumneata,*

dumneavoastră, în adresarea către un interlocutor, asemănător limbii portugheze, *tu, voce, senhor*, însă există și atunci când se vorbește “frumos” despre o a treia persoană, care nu participă la convorbire; este cazul persoanei a treia singular și plural, ce aparțin mai degrabă stilului ceremonios. De exemplu, în limba română veche, din secolul al XVI-lea până în secolul al XIX-lea, au existat formele de genitiv - dativ singular: *dumisale, dumneaei*.

La persoana a III-a există, pe lângă formele autentice *el, ea*, și pronumele *însul, însa, dînsul, dînsa*, care, inițial, apăreau ca dublete. În limba română veche, apărea deseori în variație liberă cu “i” sau “î” și precedat de prepoziții: *de, cu* etc.

Forma *dumneavoastră*, însoțită de persoana a II-a plural a verbului, la origine un plural, devine la începutul secolului al XIX-lea în urma calchierii modului francez de adresare, o formă de respect adresată unei singure persoane, apărând la singular, alături de *dumneata*. *Dumneavoastră* a avut la început un sens reverențial - emfatic. S-a răspândit prin limba literară, pornind de la orașe, din mediile culturale. *Dumneata* este termenul politeții neemfatice. În limba română nu există procedeul de adresare indirectă ca în limbile italiană, spaniolă, portugheză sau germană, însă, în anumite situații, se poate folosi persoana a III-a alături de substantivele: “domnul”, “doamna” la singular sau la plural, însoțite de persoana a III-a a verbelor. *Dumneata*, folosit reverențial, marcând un grad mediu de politețe, nu este o apariție izolată în câmpul romanic. În Italia, în regiunea Abruzzi, de exemplu, există forma “ssigniri”, iar în Calabria se întâlnește forma “vussignuria”, urmate de verb la persoana a II-a singular.

După secolul al XIX-lea, sub influența franceză, *dumneavoastră* apare folosit și în adresarea către o singură persoană, reprezentând un grad de politețe superior lui *dumneata*¹⁰⁷, corespunzător relațiilor oficiale, foarte respectuoase. Limba română este singura limbă romanică care,

la nivel standard, a păstrat un termen intermediar, mediu, neemfatic și a dat naștere unor noi valori reverențiale familiare și populare: *mata*, *mătăluță*, apoi alte pronume cu nuanță regională, precum: *tălică*, *mneata*, *mătălică* etc. Considerăm, împreună cu Al.Niculescu¹⁰⁸ că introducerea formelor contrase, cu nuanță de familiaritate reprezintă o dovadă a rezistenței limbii române față de formele culte și complicate ale protocolului reverențial, așadar, o dovadă a caracterului rustic al Romaniei estice.

Limba română mai prezintă încă alte două particularități: prima este împletirea dintre flexiunea pronominală (Iorgu Iordan¹⁰⁹) personală și cea a pronumelui posesiv. La persoana a II-a singular și plural, forme pronominale personale intră în flexiunea pronumelui posesiv. Adjectivele posesive “său”, “sa”, “sale”, “săi”, poate datorită apariției mai frecvente în limba scrisă, întrebuințate limitat sau regional, au căpătat în limba română nuanțe semantice suplimentare, chiar reverențiale. Astfel, “al său” este considerat mai politicos decât “al lui”, iar acest fapt este atribuit unei influențe franceze sau germane.

A doua caracteristică, cea mai însemnată inovație a limbii române, este folosirea pronumelui personal *dînsul*¹¹⁰ cu sens de politețe. Acest lucru a fost remarcat pentru prima dată de S.Pușcariu¹¹¹. Prima atestare a sensului de reverență apare în piesa *O scrisoare pierdută* de I.L.Caragiale.

Dînsul, ca pronume, apare pentru prima oară în secolul al XVI-lea, în textele rotacizante. Iorgu Iordan¹¹² consideră că ar proveni din prepoziția latină “de”, urmată de pronumele “ipsu”. O.Densusianu¹¹³ și A.Rosetti¹¹⁴, în schimb, consideră că *dînsul* s-a format pe teren românesc, din “de”, urmat de “însu”, rezultând la început “densu”, apoi “dinsu” și “dînsu”, iar aceasta este ipoteza acceptată.

În secolul al XVI-lea pronumele *dînsul* apare foarte rar, în forme fonetice variate, nesudate. Fonetismul sudat apare de-

abia pe la 1600. *Dînsul* este o inovație maramureșeană, nord ardelenescă- bucovineană- nord moldovenescă, restrânsă în secolul al XVI-lea la acest teritoriu, iar apoi extinsă la celelalte ținuturi daco-românești. Întrebuințarea pronumelui *dînsul*, cu valoare de politețe s-a difuzat prin intermediul limbii literare și astfel s-a ajuns ca acest pronume să fie folosit în toate regiunile țării.

Prin urmare, în limba română există patru trepte ale politeții:

I - politețea neutră : *el, dumnealui; dumneaei; dumneasa; dumnealor;*

II - politețea medie: *dînsul; dumneata;*

III- politețea marcată cu forme specifice: *dumneavoastră; Domnia Sa, Domnia lui, Domniile lor, Domniile voastre.*

IV- politețea maximă, folosită în stilul solemn: *Măria Ta, Majestatea Ta, Excelența sa, Înălțimea voastră.*

e) Formele pronumelui personal reverențial în **limba portugheză**, “formas de tratamiento”, prezintă un inventar foarte bogat. Alături de adresarea politicoasă, există o alta, numită “cortes”, apoi “meio atencioso”, alta, “afectuosă”, apoi, “jocosa”. Conotația folosește o vastă gamă de pronume care merg de la *o senhor* la *vossencia, vossemece, você* până la *tu*.

Primul pronume reverențial *vos* este atestat între 1331-1490, în adresarea față de regii portughezi¹¹⁵. Al doilea pronume atestat este *vossa mercê*, apărut sub influență spaniolă, în secolele al XII-lea și al XIV-lea, în perioada arhaică, transformat apoi fonetic în *vossemecê*, ce apare și astăzi, dialectal.

Forma “Vossa Alteza” este considerat de influență italiană, iar începând cu 1442, “Vossa Senhoria”, care provine tot din limba italiană. Alte forme reverențiale sunt: “Vossa Excelência”, “Vossa Majestade” (atestată 1597)¹¹⁶.

De la acestea, folosite cu verbul la persoana a III-a singular, prin transformări fonetice și simplificări s-a ajuns la *vossencia*, iar apoi la *você*.

În Portugalia s-a promulgat o lege (1739), spune același cercetător, E.Axel Wilhelm, conform căreia pronumele de politețe care la origine erau substantive și se construiau în baza referențială a unor caracteristici sau calități ale interlocutorului, trebuiau să fie folosite doar în adresarea către nobili, fețe bisericești, înalți funcționari. Ulterior aceste forme, apropiate de elită, s-au banalizat și au început să fie adoptate și de burghezie. La pronumele *você* s-a ajuns prin 1666, prin prescurtarea formei “vossa merce”, ce derivă din latinescul “*vostram mercedem*” de la care au rezultat formele *vossemecê*, *vomecê*, *você*.

Pronumele *vos* a dispărut aproape complet, păstrându-se doar în limbajul arhaic. *Vocês*, urmat de verb la persoana a III-a plural¹¹⁷ (“*Que fazem vocês aí?*” – ce faceți – fac aici) se adresează un tată fiilor) a devenit pluralul lui *tu*, în locul lui *vos*, dispărut.

Limba portugheză vorbită în Portugalia prezintă și formele familiare *vossem'cê*, *vomecê*, *momecê*, *mecê*. Axel Wilhelm afirmă că forma *vossemecê* datează din 1903 și este mai respectuoasă decât *você*. În limba portugheză vorbită în Brazilia, *você* este un pronume alocutiv familiar, întrebuințat între egali, între colegi sau de la superior la inferior. În schimb, *vossemecê* este folosit cu un interlocutor căruia i se datorează respect. *Você* a devenit pronume de persoana a III-a, astăzi înlocuind complet persoana a II-a singular, *tu* în limba portugheză vorbită în America Latină.

O altă formă abstractă a fost, începând cu 1442, “*Vossa Senhoria*”care s-a transformat apoi în *o senhor*, pentru masculin și *a senhora*, pentru feminin.

Pronumelui spaniol *usted* și celui italian *Lei*, urmate de verb la persoana a III-a singular, le corespund în portugheză

pronumele *o senhor* (*dumneavoastră, domnule*) și *a senhora* (*dumneavoastră, doamnă*), *a menina* (*dumneavoastră, domnișoară*) pentru numărul singular, iar la plural, *os senhores* și *as senhoras, as meninas*, însoțite de verb la persoana a III- a plural.

Pronumele *vos* apare doar în adresarea către divinitate; în rest, este simțit ca ironic. În Brazilia, pronumele *vos* este utilizat în situații solemne de către oratori, în cadrul discursurilor ținute cu prilejul primirii unui nou membru în rândurile Academiei Braziline de Litere (*Academia Brasileira de Letras*).¹¹⁸

2. Titluri și formule de reverență în limbile romanice

Nivelul reverențial al alocuției se manifestă și în cazul titlurilor speciale, (de profesie, nobiliare etc.) cu care sunt denumite anumite persoane și cu ajutorul cărora se poate conota și o anumită formă de politețe. Întrebuințarea titlurilor alocutive reprezintă o practică destul de răspândită în marea majoritate a țărilor de limbă romanică. Formele nominale de adresare se pot divide în două categorii: denotativă și conotativă. Vocativul denotativ este prin excelență numele de familie sau prenumele, deși și acesta, pe lângă sex, vârstă, epocă sau atitudini pe care le impune, poate conota naționalitatea, regiunea geografică, ideologia, credința unei persoane. Aceste titluri constituie alături de alte ritualuri, cum ar fi folosirea pronumelui reverențial, unele formule de salut formal sau cele de politețe verbală, un ansamblu de instrumente importante pentru exprimarea deferenței, atenției și considerației față de interlocutor; în același timp, au pe lângă valoarea deictică, și o valoare relațională, servind pentru stabilirea unui anumit tip de legătură socială.¹¹⁹

Printre apelativele nominale conotative putem semnala pe cele care indică relații de familie (*tată, mamă, unchi* etc.); starea civilă (*doamnă, domnișoară, fetiță*); diferite funcții sociale (*patron, șef, doctor*); emfaza afectivă (*scump, drag, iubit* etc.), deși în anumite situații afectivitatea nu există și acestea devin simple formule, mai mult sau mai puțin cordiale pentru realizarea unui contact lingvistic; desemnarea vârstei sau a unei etape din viața celui interpelat (*tânăr, băiat, tataie, mamaie, bunică* etc.); trăsături fizice, intelectuale sau morale ale interlocutorului, unele injurioase sau peiorative (*cretin, gunoi, mizerabil, gras* etc.); originea etnică sau rasială fără ca acest fapt să implice marginalizarea (de exemplu în spaniola americană: *negrita, china, gringo, turco* etc.)

Această problemă are legături foarte strânse cu problema “sexismului”¹²⁰ lingvistic, mai exact cu androginismul, adică superioritatea genului gramatical masculin asupra genului gramatical feminin¹²¹; titlul, gradul, profesia se va folosi în forma sa naturală, masculină, uneori chiar în adresarea față de femei, deși majoritatea limbilor romanice au creat și unele forme speciale pentru genul feminin. Formele preponderente sunt masculine. Bărbatul, în virtutea presupusei sale superiorități asupra femeii, a ocupat din punct de vedere istoric, un rol foarte important în majoritatea societăților omenești; această condiție de hegemonie s-a extins la toate produsele culturii, cuprinzând implicit limba, condiționându-i evoluția. Limba a devenit astfel purtătoarea unor forme culturale ce aparțineau unei societăți fundamental masculinistă.

Asimetriile gramaticale inerente constituie un domeniu foarte vast, formând totuși un tablou destul de omogen. Majoritatea limbilor vorbite în lume prezintă în structurile lor gramaticale un anumit număr de caractere sexiste recurente; este vorba de masculinul nemarcat folosit implicit și cu referire la persoanele de genul feminin: “Omul de Neanderthal” sau

denumirea unei funcții: “Ministrul sănătății, Daniela Bartoș” sau “Il Presidente della camera, Irene Pivetti” (Italia, 1997). De asemenea, desemnarea unei persoane generice se face prin folosirea genului masculin: “Profesorii care vor să participe la congres...”, “Tutti gli insegnanti che vogliono partecipare al congresso...” Și exemplele pot continua în aproape toate limbile.

Aceeași situație a masculinului nemarcat apare și în anunțurile de mică publicitate, de exemplu în cazul ofertelor de servicii: “...impresa cerca procacciatore d'affari”. Recent, însă, s-au afirmat forme mai neutre, cum ar fi “personal calificat” sau folosirea substantivului (respectiv a adjectivului) atât la masculin cât și la feminin: “azienda cerca esperti venditori/trici” sau “angajăm confecționere”. Se observă tendința spre eliminarea cazurilor de sexism inacceptabile din punct de vedere social. Domeniul titlurilor alocutive, mai ales al celor care denumesc profesii, constituie o bogată varietate de forme, iar modificările ce apar în uz sunt determinate pe de o parte de evoluția sociolingvistică, pe de altă parte de tentativele de schimbare ce provin din exterior. Denumirile profesiilor constituie în limbile romanice subiectul discuțiilor despre sexismul lingvistic: existența unei unice forme masculine pentru unele titluri profesionale. Ne referim la profesii care de-a lungul secolelor reprezentau doar prerogativa bărbaților.

De pildă, în **limba italiană** funcțiile politice: “Per due anni fu sostituto *procuratore* presso la repubblica di Caltanissetta e si occupò principalmente di reati contre l'ambiente. Chiese di essere trasferita a Piacenza...”¹²²

În alte situații, deși în limba italiană, de exemplu, există forma feminină, *senatore-senatrice*, *amministratore-amministratrice*, *matematico-matematica*, în vorbirea curentă se preferă forma masculină: “l'amministratore unico Marisa Bellissario, “il Ministro Rosi Bindi”. De asemenea, în limba italiană, termeni ca *avvocatessa*, “*vigilessa*”, “*soldatessa*”,

deși prezenți în lexic, nu sunt folosiți în mod curent. Substantive apelative ca “magistrato”, “ingegnere”, “ministro” etc. sau denumiri de profesii sau meserii care numai în ultimele decenii au fost destinate și femeilor, cer folosirea formei masculine sau substituirea articolului masculin cu cel feminin. În opinia noastră, forma de masculin este dublu marcată: o dată ca nume generic al clasei de obiecte și o dată ca formă de masculin, ceea ce s-ar putea constitui într-o explicație pentru întrebuițarea preponderentă a masculinului.

Titlul reverențial (*signore/a*), titlul profesional, onorific sau eventual, nobiliar, este cerut de anumite contexte situaționale în care regulile interacțiunii lingvistice prevăd oricum întrebuițarea pronumelui de reverență. Normele care guvernează folosirea titlurilor alocutive sunt în ansamblu destul de precise, deși pot apărea incertitudini, mai ales în cazurile în care este posibilă atribuirea mai multor titluri aceleiași persoane. În acest caz este preferat cel mai sonor, cel mai important, pentru a înfăptui astfel un act de deplină recunoaștere a funcției, a rolului interlocutorului: “Scusi, professoressa”/ “Scusi, Signora” sau cumularea titlurilor: “Scusi, signora professoressa”, (Scuzați, doamnă profesoară), adresare uzuală în limba română, în utilizrea căreia este imposibil să renunțăm la apelativul “domnule”, “doamnă”). Titlul se folosește numai în situații caracterizate de un foarte mare grad de formalitate, atât în domeniul profesional, cât și în cel privat. Este astfel o modalitate a politeții accentuate, iar întrebuițarea sa este mai limitată față de pronumele reverențial, care ar putea ocupa treapta cea mai de jos în cazul unei clasificări pe o scară a formalităților lingvistice. Alocutivii reverențiali “signore”, “signora” care sunt gradul zero al titlului, reprezintă un minim tribut de respect datorat unei persoane cu care ne aflăm într-un raport mai mult sau mai puțin formal sau este valabil, nu în ultimul rând, cu persoane străine. Datorită acestor caracteristici, cești termeni nu sunt catalogați

drept "titluri". Cu toate acestea, evidenta valoare de ritual în cadrul interacțiunii lingvistice și situarea lor înaintea numelui de familie îi apropie mult de titlurile profesionale. "Signora", "Signorina" sunt în limba italiană două modalități pentru a desemna o femeie matură și pentru a face distincție între o femeie tânără și una mai în vârstă. În limba italiană se păstrează într-o anumită măsură semnificația de "femeie căsătorită" pentru "signora" (care se întrebuințează în orice caz în adresarea față de o femeie ce a depășit 35 de ani), însă în prezent este folosit ca titlu alocutiv nemarcat generic. Când titlul profesional al unei persoane îi este necunoscut locutorului, el se va adresa cu "Signore", "Signora". În limba italiană, "signora" poate fi utilizat și singur: "Buongiorno, signora!"; în schimb "signore" trebuie mereu însoțit de numele de botez (în cazul vecinilor, de exemplu sau față de o persoană în vârstă cu care locutorul are contacte frecvente etc.) sau de numele de familie, dacă persoana este cunoscută: "Buongiorno, signor Bianchi!" În unele cazuri speciale *signore* poate sta singur ("Buongiorno, *signore*!"), neînsoțit de numele de familie, alături de salut; este situația în care cineva dorește o informație pe stradă sau în alt context situațional.

În ceea ce privește titlurile alocutive profesionale propriu-zise, manifestate în cadrul relațiilor de la locul de muncă, între persoane ce nu ocupă aceeași treaptă ierarhică, avem în vedere unele restricții; acestea trebuie să fie pertinente față de contextul situațional în care se folosesc. Mama unui prieten va fi numită simplu "signora" și nu "Dottoressa" sau "Professoressa", chiar dacă exercită aceste profesii. Nu toate titlurile care desemnează profesii sau meserii pot fi utilizate ca apelative; în cea mai mare parte din cazuri, este vorba despre substantive ce denumesc munci mai mult sau mai puțin intelectuale: "Dottore", "Professore", "Maestro" (învățător), "Ingegnere", "Avvocato". În aceeași categorie intră și apelativele care se referă la funcții politice: "Presidente" (acest

termen este actualmente adresat și tuturor președinților diverselor societăți, asociații, consilii administrative), “Onorevole”, “Signor consigliere”; în cazul unor profesii mai recente “Amministratore delegato”, de exemplu, se folosește doar titlul: “Dottore”. Din acest “corpus” fac parte și profesii care au pierdut mult din prestigiul lor de origine, datorat tocmai inserării lor printre muncile “intelectuale”, de exemplu: “Ragioniere” (contabil), “perito”(expert).¹²³ O cerere de angajare, de pildă, va fi adresată directorului de personal astfel: “Al dottor Mario Rossi, Direttore del personale”.

“Professore” și “Dottore” sunt titlurile alocutive cele mai răspândite. “Professore” este numit nu numai un profesor universitar, ci și toți cei care au predat într-o școală elementară sau într-un liceu, chiar pentru o perioadă foarte scurtă de timp, chiar fără să fi promovat examenul de licență, prin urmare, fără să fie posesorii unei diplome universitare (“necalificații”, în limba română). Aceeași întrebuințare a apelativului *profesor/profesoară* este observată și în limba română. “Dottore” se folosește în adresarea față de medici dar și față de orice persoană licențiată sau posesoare a unui titlu universitar. “Dottoressa” se întrebuințează mai rar; față de femei este preferat termenul: “signora”. “Onorevole” este apelativul care precede numele de familie al parlamentarilor italieni, ceea ce înseamnă “demn de onoare”, devenit astăzi doar un titlu convențional. Chiar dacă persoana în cauză nu mai ocupă un loc important în stat, titlurile “Presidente”, “Prefetto”, “Generale”, “Capitano” etc. vor fi în continuare folosite alături de numele lor de familie (mai ales de presă); un motiv ar putea fi faptul că apelativele simple “Dottor” și “Signore” nu se potrivesc carismei personajului respectiv. Nu este normală folosirea titlurilor profesionale față de persoane cu care se întrețin relații familiare, bazate doar pe respect și pe o bună educație. Astfel, de pildă, în limba italiană o profesoară va fi numită “professoressa” doar la școală sau la universitate, la fel

cum “infirmiera” va fi numită persoana ce îngrijește bolnavii doar în momentul în care își desfășoară activitatea în spital. În limba română situația este puțin diferită; apelativele “Doamna profesoară” sau “Doamna doctor” se vor folosi mereu în adresare față de persoanele care exercită sau au exercitat aceste profesii și, la un moment dat, chiar pentru o perioadă scurtă de timp au fost ori profesorul ori medicul locutorului.

În cadrul comunicărilor cu caracter publicitar și propagandistic sunt întrebuințate formulele: “Caro Cliente”, “Caro Associato”, “Caro Socio”, “Caro Elettore”, “Caro Assicurato”, “Caro Abbonato”, urmate, în general de verb la persoana a II-a singular, pentru instaurarea rapidă a unei legături mai strânse cu destinatarul.

Titlurile nobiliare: “Duca”, “Principe”, “Marchese”, “Conte”, “Visconte”, “Barone” etc. (în mare parte formal abolite) au aceeași soartă cu cei care le poartă; sunt prezente doar în cercurile aristocratice și în articolele cronicilor mondene. Cele onorifice “Cavaliere”, “Commendatore” (cavaler, beneficiar al unui venit ecleziastic) sunt conferite de stat și astfel au oarecare prestigiu, însă nu întotdeauna întrebuințarea lor înseamnă respect față de persoana în cauză, uneori au o nuanță ironică. Formulele pronominale de reverență s-au specializat după rangul ecleziastic și politic: “Madre” pentru stareța unei mănăstiri, “Sua Santità” se utilizează față de papă, formula “Sua Eminenza” pentru episcopi, iar “Sua Eccellenza” pentru persoanele străine cu funcții politice care trebuie onorate în mod special și, nu în ultimul rând, “Vostro Onore”, rămas în memoria colectivă a celor care l-au auzit rostit în zeci de filme americane a căror acțiune se desfășoară într-un tribunal, se păstrează foarte viu în limbajul juridic.

În limba portugheză vorbită în Portugalia și în Brazilia, folosirea substantivului apelativ “Doutor” este foarte răspândită. Îl primesc nu numai medicii sau cei care au susținut

o teză de doctorat, ci și cei care au studii superioare sau au absolvit o școală superioară, la fel ca în limba italiană.

De asemenea, folosirea titlului profesional "Professor" este foarte frecventă, atât în Portugalia cât și în Brazilia¹²⁴. Însă, în timp ce în Brazilia se folosește față de un profesor care poate avea orice grad în învățământ, în Portugalia se întrebuițează în adresarea față de profesorii din învățământul primar și superior. Profesorii folosesc față de studenți pronumele alocutiv *você* (plural *vocês*), fără alt apelativ, iar studenții răspund cu "Senhor professor" sau "Doutor", ca vocative, și "O Senhor professor" sau "O Doutor", cu articolul hotărât, dacă acestea sunt subiecte:

"O Senhor professor, tem hoje aulas?" (Domnule profesor, dumneavoastră aveți ore astăzi? - însă verbul este la persoana a treia singular; traducerea literală este: "*Domnul profesor are ore astăzi?*"). Remarcăm prezența acordului verbal la persoana a III-a singular, fenomen caracteristic și limbilor italiană și spaniolă, însă imposibil de tradus în limba română altfel decât prin persoana a II-a plural.

În limba portugheză în adresarea față de o funcționară, de exemplu, fără titlu, se întrebuițează formula "(A) Senhora", urmată de prenumele persoanei respective: "Senhora Paula"; dacă aceasta are o funcție specială, este, de pildă, secretară - șefă, se va folosi expresia "Doutora Paula". În cazul în care dorim să manifestăm respect față de o persoană fără titlu, utilizăm "Dona Paula". În schimb, unui domn i se va spune "Senhor", urmat de numele său de familie: "Senhor Oliveira" și putem remarca un caz tipic de sexism lingvistic și în limba portugheză.

În Portugalia, când cineva se adresează unui interlocutor ce posedă un titlu profesional sau exercită o anumită funcție, formulele "O Senhor" și "A Senhora" sunt însoțite de denumirea profesiei respective sau a funcției: "O Senhor doutor", "A Senhora Doutora", "O Senhor

engenheiro", "A senhora engenheira", "O Senhor ministro", "A senhora ministra", "O Senhor presidente", "Senhora presidente" etc. Mult mai rar apar titlurile speciale neprecedate de "Senhor/Senhora": "O Doutor", "O Engenheiro", "A professora", "A doutora": "*O doutor, está ocupado?*" (traducerea literală: "*Doctore, sunteți ocupat?*") În această situație există obiceiul de a adăuga lângă titlu prenumele, ceea ce reprezintă un anumit grad de familiaritate, sau numele de familie al interlocutorului; "*O doutor Ricardo*", "*O professor Costa*". Când este vorba despre o interlocutoare, titlul este urmat de prenume: "*A doutora Irene*".

Titlul *Dom* (în scris este abreviat *D.*) se utilizează astăzi pentru desemnarea membrilor familiilor regale sau imperiale, pentru nobili, pentru călugării benedictini și pentru demnitarii bisericii, începând cu episcopi: "*Dom Pedro*", "*Dom Manuel II*". Femininul *Dona* (abreviat tot *D.*) se folosește în adresarea față de femei aparținând oricărei clase sociale și adesea este precedat de "*A Senhora*"; formula "*A Senhora dona*" (prescurtat Sra.D-a) este foarte respectuoasă.¹²⁵

Frecvent în portugheza vorbită în Portugalia și foarte rar în cea din Brazilia se folosesc formele nominale precedate de articol hotărât, ca forme de reverență, traducibile în limba română prin pronumele "*dumneata, dumneavoastră*", urmate de verb la persona a III-a singular; se poate folosi numele propriu, de botez sau de familie, precedate de articol hotărât: "*O Manuel, já leu este livro?*" (numele desemnează interlocutorul, iar adresarea este indirectă. În română se traduce, însă: "Manuel, *dumneavoastră* ați citit deja cartea aceasta?" sau cu numele de familie:

"*O Martins, já leu este livro?*"

De asemenea, la fel se pot utiliza numele de rudenie sau echivalentele lor:

"*O pai*", (tată), "*A mãe*" (mamă), "*A cunhada*" (cumnată), "*o padrinho*" (naș), "*a madrinha*" (nașă), "*o tio*"

(unchi), "*a tia*" (mătușă) sau alte substantive apelative care situează interlocutorul în relație cu persoana care i se adresează: "*O meu amigo*", "*O patrão*" (patron): "*O meu amigo, acha sempre uma solução*" (*Dumneata, prietene, găsești mereu o soluție*).

În limba portugheză colocvială se întrebuințează unele formule de reprezentare, de indicare a persoanei întâi. Este cazul substantivului "*A gente*", al cărui sens propriu este "lume, oameni", care se folosește pentru pronumele "noi" sau pentru "eu", fiind un fel de corespondent pentru francezul *on*:

"*A gente* (noi, eu), só queria gastar um bocadito do dinheiro" sau în situația în care, de exemplu, un student se adresează unui profesor, poate spune:

"*A gente* (noi), encontra-se amanhã ?", ce poate fi tradus perfect în limba franceză prin: "*On se rencontre demain?*" (Ne întâlnim mâine?)

"*O pai, a gente, só queria brincar*" (Ei, tată, eu am vrut doar să glumesc).

În portugheza braziliană, cu valoarea pronumelui personal *eu* se întrebuințează substantivul *o degas*:

"Sem a minha família, que vida será a do degas" (fără familia mea, ce viață aș avea?)

În cazul formulelor reverențiale de ceremonial de a căror prezentare ne vom ocupa într-un subcapitol special, amintim "*Vossa Excelência*" (prescurtată în limba scrisă, "*V.Ex-a*"). Folosirea acestei forme s-a restrâns treptat în ultimele decenii în portugheza europeană. Se păstrează în limbajul oral, în anumite circumstanțe (între membrii unei Academii, în cadrul corpului diplomatic) sau în alte situații situații (angajatul din comerț, de exemplu, vânzătorul, se adresează clientului cu acest apelativ; la fel procedează o telefonistă față de cel care solicită o convorbire etc.). La plural, "*Vosas Excelências*" este o formulă întrebuințată de oratori sau de conferențieri față de auditoriu.¹²⁶ "*Sua Excelência*" se

adresează în Brazilia doar președintelui republicii, guvernatorilor, senatorilor, deputaților, miniștrilor.¹²⁷ Altă formulă apelativă de ceremonial este "*Vossa Senhoria*" (abreviată în scris, "V.S.-a"), practic inexistentă în limba vorbită din Portugalia și din Brazilia, folosită față de funcționari publici licențiați, față de ofițeri din cadrul armatei până la gradul de colonel. În limba scrisă se utilizează, deși tot mai puțin, în scrisorile comerciale, în cereri oficiale față de funcționarii publici. Aceste forme se aplică interlocutorului direct, ca substantive apelative abstracte. În schimb, "*Sua Alteza*" sau "*Vossa Alteza*" ("V.A"), titlu nobiliar, pentru duci, principii, arhiduci, "*Sua Eminência*" sau "*Vossa Eminência*" ("V.Em-a") în adresarea față de cardinali, iar în Brazilia, față de autorități ale guvernului și generali din armată, se construiesc cu persoana a treia a verbului, prin adresarea indirectă.

În limba spaniolă există mai puține titluri alocutive decât în limbile portugheză și italiană și astăzi se folosesc rar ca vocative. Apelativele cele mai frecvente sunt "*señor*", "*don*" și "*doña*", (deși ultimele două nu reprezintă decât o exprimare a minimului respect față de un interlocutor și se folosesc alături de prenume în adresarea către funcționari înalți, avocați, profesori universitari, șefi sau superiori și nu au caracter oficial); "*señor*" urmat sau nu de numele de familie este folosit față de necunoscuți; patronul unei instituții se va adresa angajaților săi folosind prenumele angajaților, în schimb aceștia vor răspunde "*señor*", însoțit de numele de familie al patronului. În America Latină se întrebuintează numeroase abrevieri: "*misia*" (apocopă a substantivului "*mi señora*"), "*seño*", "*ño*", "*ña*", utilizate mai ales în mediul rural.¹²⁸ "*Profesor*" / "*Profesora*" este numită o persoană care predă la orice nivel școlar, însă nu se întrebuintează în cazul vocativ. Titlul de "*doctor*" se folosește doar în adresarea față de

medici; în acest caz nu poate fi considerat un titlu propriu-zis; în schimb, în Columbia termenul “*doctor*” se folosește în adresarea față de orice persoană care a studiat. În Costa Rica învățătoarea este numită “*niña*”, plus prenumele; învățătorul, în schimb, este numit “*profesor*”, plus numele de botez, iar în gimnaziu nu se mai întrebuițază prenumele alături de apelativ. În Mexic “*maestro*” este un profesor universitar, iar “*profesor*”, un pedagog.¹²⁹

Artiștii de orice fel și, evident, învățătorii sunt numiți cu apelativul “*Maestro*”. “*Senñr don*” însoțite de prenumele interlocutorului, dacă acesta este cunoscut; dacă i se cunoaște numai numele de familie substantivul “*don*” va fi evitat.¹³⁰ În cazul în care interlocutorii nu se cunosc se întrebuițază “*Caballero*” (este însă considerat învechit), “*señor / señora*”, urmate de verb la persoana a treia singular: “*Cuando usted guste, caballero*” (când doriți, dumneavoastră, cavalerie).

Titlurile nobiliare “*duque*”, “*marqués*”, “*archiduque*”, “*conde*” se folosesc ca vocative: “*Buenas tardes, marchés*”, “*buenos dias, coronel*”.

În schimb, în cadrul ierarhiei militare, subordonații se adresează superiorilor folosind înaintea gradului militar adjectivul posesiv: “*mi teniente*”, corespondentul fidel al sintagmei franceze “*mon lieutenant*”. Ospătarii, vânzătorii, șoferii se adresează clienților cu apelativul “*señorito*”, “*señorita*” sau la plural “*señoritos*”, “*señoritas*”. Pe lângă aceste apelative, se mai folosesc “*el señor*”, “*la señora*”, “*los señores*”, “*las señoras*” în locul prunumelor reverențiale *usted*, *ustedes*. Întrebarea obișnuită care se pune unui client este “*Qué desea el señor?*” Între cunoscuți forma cea mai frecventă de adresare este numele de familie precedat de apelativul “*señor*”. În limba spaniolă se folosește și un al doilea nume de familie care reprezintă numele de fată al mamei: “*Carlos Puga Castellano*”. Prietenii pot folosi în adresare “*Carlos*” sau “*Puga*” fără a utiliza nici un apelativ. O femeie necăsătorită va

fi numită “señorita Sánchez” sau dacă gradul de familiaritate este mai mare “Señorita Mercedes” sau simplu, este folosit doar numele de botez. Și în spaniolă remarcăm, la fel ca în limba italiană familiară, folosirea articolului hotărât în fața numelui feminin de botez: *la Dolores*. În spaniolă este posibilă și folosirea articolului masculin: “*el Juan*”. Femeile căsătorite sunt numite cu numele de botez precedat de *doña*, iar în mediile populare, *señora* (care la Madrid se reduce la *sená*). În limba spaniolă, o femeie nu este numită cu numele de familie al soțului, ci păstrează numele tatălui, căruia i se adaugă numele soțului cu ajutorul prepoziției *de*: “Doña Calixta Cacho de Ceneque”. “*Mi señora*” este numită popular soția de către soț. Numai oamenii simpli din mediul rural spun “*su senora*”; omul cult spune: “*su esposa*” și numai cu ton de glumă: “(tu) *su señora*” (doamna ta, doamna dumneavoastră).

În limba spaniolă în adresare se întrebuintează pronumele personal alocutiv corespunzător persoanei căreia i se adresează mesajul, în situațiile în care locutorul dorește să atragă atenția: “*Tú has visto la campana?*” sau “*Pero a uste por qué le llaman Mahoma?*”

Pentru a invita interlocutorul la dialog se întrebuintează alături de pronumele alocutiv verbul *mirar*: “*Mire, usted*”, “*Mira, tu*”, “*Mira, qué se lo digo a tu padre!*” (*mirar* înseamnă a privi, a lua seamă, a fi atent), traducibil în limba română prin interjecțiile: “uite!”, “uitați”, “iată”, la fel ca și în limba italiană: “*guarda!*”, “*guardi!*” (imperativ, • persoana a III-a singular, pentru *Lei*).

În limbaj familiar sunt prezente apelativele următoare: *hombre, buen hombre, buena mujer, abuelo, abuela* (bunic,ă, pentru persoane în vârstă), *buen mozo* (tânăr), *buena moza*; copiii sunt numiți *niño, niña, chico* (micuț), *chica, muchacho, muchacha*, vocative ce pot fi folosite și în adresarea față de persoane mature pe un ton de glumă. “*Hijo/a*” (fiu), însoțit de posesivul *mio* este foarte răspândit. “*Mio*” nu implică un grad

de rudenie, ci este folosit pentru a crea plăcere, familiaritate. Aceste apelative sunt însoțite de verb la persoana a doua singular. *Criatura* este în vorbirea curentă apelativul cu nuanță afectivă folosit pentru "copil": "Ay, *criatura*, qué de cosas te van a passá" (ei, *copile*, câte lucruri o să ți se întâmple). Formule rurale familiare americane sunt: "*tata*", "*tatita*", "*taita*", "*mama*" sau "*padrecito*", "*papacito*", folosite în adresarea față de părinți. În Mexic tatăl este numit "*jefe*" (șef). Afectiv se utilizează în limba spaniolă din Spania următoarele apelative: "*diablillo*" (drăcușor), "*gordo*" (dolofan), "*nene*" (micule), "*peque*" (micuț), "*chaval*" (flăcău), "*my yolo*", "*viejo*" (bătrân), "*viejecito*" (diminutiv de la *viejo*). Ultimele apar în adresarea mamei către fiu) sau se folosesc nume de animale sau de fructe, precum: *conejito* (iepuraș).

Expresia "*su merced*" (pronunțată "sumercé"), urmată de verb la persoana a III-a singular a rămas în Columbia și Santo Domingo o formulă a intimității, în adresarea față de rude: mamă, bunică, soț și reciproc.¹³¹

Interesante sunt apelativele "*hombre*" și "*mujer*". "*Hombre*" (cu prescurtările *ho*, *hom*, *hon*, considerate interjecții) se folosește și în adresarea către femei de orice vârstă și uneori îl folosesc chiar femeile între ele. În limbaj familiar soțul își numește natural soția "*hombre*"¹³². Acest vocativ se utilizează și în raportul fiu/tată și de asemenea când vorbitorul discută cu el însuși (alături de *señor*). W. Beinhauer arată în opera citată că francezului "*mon vieux*" sau "*mon cher*" îi corespunde perfect "*hombre*".

Vocativul "*mujer*" se folosește doar în adresarea față de femei de orice vârstă, însă întrebuințarea sa este limitată și se cere folosirea verbului atât la persoana a doua singular, cât și la persoana a III-a: "*Mujer, yo creo queno le pondrán dificultades*" (*le* = pronume de politețe în dativ).

Limba română cuprinde un inventar destul de variat de substantive apelative. Titlul alocutiv¹³³ cel mai uzual și indispensabil în adresare (după modelul francez) în cazul unui raport reverențial simetric sau asimetric este "Domnule", "Doamnă", termeni generici, însoțiți de titlurile profesionale: "Domnule profesor", "Doamnă profesoară", "Domnule (Doamnă) doctor" (apelativul "doctor" se întrebuințează doar față de medici), "Domnule avocat", "Doamnă avocat(ă)", "Domnule inginer", "Doamnă ingineră" sau de titlul funcției: "Domnule decan", "Domnule director", "Doamnă Decan" (titlu folosit pentru avocata – șefă a unui barou), "Domnule rector", "Domnule ambasador", "Domnule ministru"¹³⁴.

Limba română este mai permeabilă în privința numelor de meserii, față de limba franceză, de pildă; există forme atât pentru masculin cât și pentru feminin: artist/artistă, scriitor/scriitoare, profesor/profesoară, inginer/ingineră etc. Se observă o anumită ostilitate față de sintagme de genul: "femeie-savant", "femeie-academician"¹³⁵, datorită cauzelor cunoscute.

De câțiva ani¹³⁶ remarcăm apariția unor titluri noi: "manager", "boss", "patron", însă este de preferat să nu le folosim în adresare ci să le înlocuim cu "domnule" urmat de numele de familie sau, uneori, la cererea șefului direct, putem folosi prenumele acestuia, fără ca respectul reciproc să dispară.

Singurul titlu nobiliar existent în limba română este "Alteța Sa", în adresarea față de rege.

În registrul informal al limbii, la fel ca și celelalte limbi romanice, româna dispune de un mare număr de termeni sau termeni metaforici. Diferitele tipuri de adresare reflectă natura și sfera relațiilor dintre interlocutori. Există formule distincte conform capacității de a exprima relații de reciprocitate sau nu. Termenii de adresare sunt substantive (nume generice referitoare la persoane, nume de rudenie, nume de funcții sau profesii); adjective substantivate care implică o apreciere

subiectivă a relației cu interlocutorul sau a însușirilor interlocutorului: “amice”, “băiete”, “scumpule”, “scumpo”, “tanti”, “bunico”, “mătușă” (față de o femeie mai modestă și în vârstă), “domniță”, “duduiță”, “domnișorică”, pentru o femeie tânără, termeni peiorativi, “tataie” (mai ales la țară, pentru un bărbat în vârstă) sau “moșule”, “nene”, “neică”, “bade”, “unchiule”.

Perechea de termeni “omule/femeie” are ca și perechea “domnule/doamnă” valoare generică, dar se distinge de aceasta prin absența trăsăturii [+ reverență]; este firească utilizarea ei între egali sau în adresarea de la superior la inferior. Prezența membrilor acestei perechi¹³⁷ trădează, de obicei, enervarea celui care îi folosește, fie că este vorba de relații între membrii aceleiași familii sau între prieteni. Astăzi soția se poate adresa soțului cu apelativul “măi, *omule!*” cu dorința de a-l convinge, de a-l îmbuna. “Măi, *femeie!*” se mai întrebuințează la țară tot între soți; uneori poate fi folosit cu ton de acuză: “ascultă, măi, *femeie!*” În satele oltenești, Bulzești (v. Marin Sorescu), de exemplu¹³⁸, “muierea pupa mîna bărbatului/ Pînă mai adineauri”; soțului nu i se spunea niciodată pe nume, ci *dumnealui*; “din *dumneata* nu-l scotea niciodată/ Îi făcea trei, patru copii, dar nu-ndrăznea să-i zică *tu*”. Nu-i ziceau *nicicum*, lipsea o formulă propriu-zisă de adresare. De asemenea, arată Stelian Dumistrăcel¹³⁹ situații similare se întâlneau la sătenii din sudul Moldovei, unde, în trecut, soția nu-i zicea soțului “bărbate!” Și nici nu-i rostea numele, ci îi spunea *cine ești!* considerată o formulă politicoasă, de respect sau *tat-su*, tot cu referire la soț.

În exemplul: “Ce dracu, *domnule!*” (Caragiale), apelativul *domnule* capătă o semnificație abstractă, devenind un termen fără referent, are valoare de extremă generalitate a adresării; se poate întrebuința în adresare atât către bărbați cât și față de femei și trădează iritarea: “Da’ ce vrei *dom-le?*” sau “lasă-mă-n pace *dom-le!*” Utilizarea formei de plural *domnilor*

este specifică relațiilor tranzacționale, marcând caracterul oficial al unor situații sau cu valoarea unei formule profesionale, reverențiale dar stereotipe. În situații personale această adresare capătă conotații ironice și caracterizează un anumit mediu social.

Adjectivul substantivat *dragă* se utilizează între persoane legate prin relații de simpatie și presupune aprecierea subiectivă a interlocutorului.

Termenii de reverență religioasă reflectă ierarhia administrativă.

Formule ca "Preafericite Părinte", "Sfinția Ta", "Sfinția Sa" sunt modalități de adresare față de Patriarhul Bisericii Ortodoxe Române, iar formule ca "Preaînalte", "Înalt Preasfinția Sa" (abreviat ÎPS), "Prea Sfințite Părinte" sau simplu "Înaltul", pentru mitropoliții români. Celelalte fețe bisericești sunt apelate prin "Părinte", "Părinte Stareț", "Precuvioase" sau pentru preoții catolici: "Părinte Episcop" sau "monseigneur".

Anne-Marie Houdebine-Gravaud¹⁴⁰, profesoară de lingvistică și semiologie la Sorbona, constată, în cartea sa *Femeia invizibilă...*, că limbile naturale lexicalizează în mod diferit ideea de gen natural; de exemplu, invitată la Universitatea din Quebec în 1981 a fost numită fie "visiting professor", în engleză, utilizându-se masculinul gramatical pentru femininul natural, fie în **limba franceză**, "professeure en visite", utilizându-se franceza canadiană, care formează femininul natural prin feminin gramatical deși în Franța, substantivul normă este "le professeur", pentru ambele genuri, masculin și feminin, natural și gramatical. În consecință, cercetătoarea vorbește despre ocultarea femininului sub genul masculin. Limba canadiană lexicalizează cu mai mult curaj femininul meseriilor numind "*La Ministre*" pe o femeie

ministru, Yvette Roudy, "ministra" drepturilor femeilor¹⁴¹ a propus formarea unei comisii de feminizare a numelor de meserii, titluri și funcții, adică o reprezentare lingvistică a femeilor pe plan social în colaborare cu femei din Canada, Elveția și Belgia. Lucrările au durat până în 1986; franceza canadiană s-a dovedit mult mai creativă decât franceza hexagonală¹⁴² care rămâne mai puțin flexibilă în fața inovațiilor. Academia Franceză a condamnat vehement lucrările comisiei. Meserii care erau efectuate doar de femei, precum "sage-femme" (moașă) și "assistante sociale" trebuiau masculinizate și, astfel s-a propus "Homme-sage-femme", apoi "accoucheur" sau "maïeuticien", inventat de G. Dumézil, dar neacceptat. Revenind la planul teoretic, în limba franceză, genul, deși arbitrar din punct de vedere morfologic este principalul purtător al unei semnificații privitoare la genul natural, atunci când este folosit într-un lexic animat uman. Masculinul numelor de meserii, dintr-o motivație istorică și socială, trimite mai ales la sexul masculin, la persoanele de sexul masculin, la bărbați.¹⁴³ Limba franceză vorbită a favorizat feminizarea numelor de meserii; un/une *médecin*. Pentru alte nume de profesii și meserii se recurge la o un/une *menuisier/meunisière* (tâmplar), un/une *huissier/huissière* (portar), "feminizare minimală", articolul sevind la diferențierea genurilor: un/une *linguiste*, un/une *gynécologue*, un/une *professeur*, un/une *journaliste*, un/une *médecin* sau prin derivare: un/une *magistrat /magistrate*, un/une *inspecteur/inspectrice*, un/une *sculpteur/sculpteuse, sculpteuse, sculptrice*, un/une *instituteur/institutrice*, un/une *auteur/autrice*, un/une *ambassadeur/ambassatrice*, un/une *chauffeur/chauffeuse*, un/une *pêcheur/pêcheuse/pêcheresse*, un/une *écrivain/écrivaine*, un/une *coiffeur/coiffeuse*, un/une *avocat/avocate*, un/une *technicien/technicienne*, un/une *docteur/doctoresse*, un/une *chirurgien/chirurgienne*¹⁴⁴ etc. O formă compusă ca "un médecin-femme" este considerată

ironică, inacceptabilă¹⁴⁵; se preferă “femme-docteur” sau “docteur-femme”, deși mai frecventă este forma de genul masculin “*le docteur*”, reluată apoi de pronumele de persoana a III-a feminin “elle”. Substantivele apelative cele mai uzuale sunt în limba franceză “*Monsieur*”, “*Madame*”. Termenul “*mademoiselle*” este perceput astăzi ca perimat. La întrebarea rară, de altfel, “*Madame ou mademoiselle?*”, un bărbat va primi ca răspuns ironic: “*Monsieur ou...Monsieur?*”¹⁴⁶

În limba franceză remarcăm prezența unui număr restrâns de termeni nobiliari: *duc/duchesse*, de exemplu sau *maître*, cu o întrebuințare mult mai largă în mediul artistic, adresat dirijorilor, universitarilor, muzicienilor; nu este folosit față de magistrați sau generali (*mon général*), însă este rezervat în schimb, notarilor și agenților de schimb. Alte titluri apelative sunt următoarele: *Monsieur le Doyen*, adresat decanului unei facultăți, *Monsieur le Proviseur*, *Monsieur le Censeur*, pentru directorii școlilor medii; *Monsieur le Haut Commissaire*, folosit față de șeful poliției franceze, *Mon Révérend Père*, *Ma Révérend Mère*, pentru stareți. Un principe al familiei regale franceze este numit *Votre Altesse Royale* sau *Son Altesse Impériale et Royale*.

Putem aminti și “les mots doux”, cuvintele dulci, termenii afectivi, precum: *coco*, *loulou*, *chéri*, *mon chou*, *mon grand*, *les gars*, *les mecs*, *ma jolie*, *ma belle*, *ma mignonne*, *fiston*, *fifille*, *ma poulette*, *mon rat*, *mon chaton*, *ma chatte*, *mon petit lapin adoré*¹⁴⁷ și lista paradigmei animaliere rămâne deschisă.

3. Mesajul de reverență al formulelor de salut

Expresiile convenționale, fixe, cu caracter de “formule”¹⁴⁸, obligatorii în unele situații comunicative pentru întreținerea unor relații pozitive, deci politicoase, sunt prezente

în comunitățile lingvistice pentru a servi în interacțiunea socială. Cunoașterea lor îi ajută pe membrii comunității la interpretarea corectă a mesajului transmis. Salutul trebuie să respecte anumite reguli de bună creștere pentru a crea solidaritatea cu interlocutorul. Considerăm formulele de salut ca făcând parte din câmpul semantic al reverenței. Putem afirma că în ultimele decenii s-au produs unele schimbări în maniera de a saluta. A luat unele forme noi, considerate moderne, simplificându-se uneori.

Așa cum consideră Gaetano Berruto, salutul este un “eveniment lingvistic”¹⁴⁹ și reprezintă exprimarea fundamentală, rituală, de început și de încheiere a unui contact între indivizi și nu este compatibil cu toate formele alocutive pronominale.

De exemplu, în **limba italiană**, salutul “Buona notte” și “Arrivederci” sunt compatibile cu toate pronumele alocutive. În schimb, “Buona sera” și “ArrivederLa” și “La saluto” sunt compatibile doar cu pronumele reverențial “Lei”. “Buongiorno”, în general, astăzi, se folosește doar în raportul “inferior/superior” sau în adresarea unui “superior” (ca poziție socială sau profesională) către “inferior” (de pildă, profesor/elev, student). “Buongiorno” nu se utilizează între prieteni sau între egali de vârstă (în special, tineri). Folosirea lui ar însemna o dorință în menținerea distanțelor. Salutul obișnuit în acest caz este “Ciao” sau “Salve”¹⁵⁰. “Salve” este recomandat ca salut strategic în cazul întâlnirii cu o persoană pe care locutorul nu știe cum să o abordeze, este indecis între registru formal și informal. În ultimul timp, “Salve” poate fi adresat și unei persoane mai vârstnice (părintele unui prieten sau un profesor). La nivel social inferior, “Ciao” este compatibil și cu “voi” și cu “Lei”. Expresii informale sunt și următoarele: “Guarda chi si rivede” (ia uite pe cine văd), “Ehilà”, “Che fai?”, “Che fai di bello?” (ce mai faci? cu ce te mai lauzi?), întrebări generale care nu cer răspunsuri detaliate.

Între prieteni este normal ca salutul să fie însoțit de un compliment: “Ciao, bella” (Bună, frumoasă, simpatică), “Ciao, caro” (Bună, dragule), exprimând astfel un grad de reverență inferioară.

Formule standardizate, compatibile atât cu pronumele reverențial, cât și cu celelalte pronume alocutive sunt: “Come stai/sta?” (ce mai faci/faceți?), “Come va?” (cum vă/îți mai merge?) “Com’ è? (cum îți este?)

În unele regiuni italiene (Le Marche), salutul “Arrivederci” este adresat doar persoanelor cărora li se adresează și pronumele reverențial “Lei”. În limba italiană sunt prezente și foarte uzuale salutarile de tipul “ci vediamo” (ne vedem), “ci sentiamo” (ne auzim), sau “ci chiamiamo” (ne sunăm), “mi faccio vivo” (du un semn de viață) la telefon, apoi, “A presto” (pe curând), “A domani” (pe mâine), “A più tardi” (pe mai târziu), “Stammi bene” (să fii sănătos, pentru mine), iar ca răspuns: “Anche tu” (și tu), întrebuințate între egali de vârstă, între colegi, fiind compatibile cu pronumele alocutiv intim.

În limba italiană este prezent și salutul “ierarhic”, adresat unui “superior”, care este încă în uz, deși perceput ca ușor ironic: “riverisco” (cu plecăciune) sau “servo suo”, “servitor suo”.

Sistemul se lărgeste pe verticală, prin expresii mai libere, de tipul: “ti saluto”, “saluti alla signora”, la care se poate răspunde cu elipticul “presenterò”, fără complement direct subînțeles (corespondentul românescului: “Omagii soției” sau spaniolului: “Me ponga a los pies de Su senora” – literal, “mă plec la picioarele soției dvs.”).

Pe axa orizontală¹⁵¹ sistemul salutarilor își extinde domeniul spre alte împrejurări accesorii, ca de exemplu, “Ben arrivato” (folosit și în română “Bine-ai venit”), “Ben tornato” (bine te-ai întors), “Buon proseguimento” (literal, “bună continuare” a unei activități, a urmăririi unei emisiuni, a

șederii într-un loc anume), compatibil cu toate pronumele alocutive, în adresarea față de o persoană sau mai multe, care continuă o călătorie, în condițiile în care cei care pronunță această formulă, au terminat voiajul și își iau astfel rămas bun. Amintim de asemenea, “Buondì”, regional (Veneto) și “Ohé”, foarte uzual la Roma, dar neatestat ca salut, în dicționare, ambele folosite pentru o întâlnire “neutră”.

Limba română dispune de un număr destul de mare și variat de formule de salut. Saluturile “Bună”, “Noroc”, “Salut”, “Servus”, “Pa”, “Pa, Pa”, “Pa, Pa, Pa” sunt compatibile doar cu pronumele intim *tu*; sunt corespondentele salutului italian “Ciao” și salutului francez “Salut”. Tot mai des se folosește între tineri “Ciao”, universal, corespondentul vechiului “Bonjour” (între prietene educate), astăzi complet depășit.

“Bună dimineața”, “Bună ziua” și “Bună seara” sunt compatibile cu toate pronumele alocutive; ultimele două, însă, în special cu pronumele “dumneavoastră”, fiind considerate oficiale și foarte politicoase. “La revedere” începe să fie perceput ca politicos; este compatibil, însă, atât cu pronumele de distanță cât și cu cele familiare. Se poate utiliza și în raportul “inferior”/”superior” (de exemplu, elev sau student/profesor), și stârnește tot mai puțin consternarea, prin marea frecvență pe care a dobândit-o în uz.

Formula “Sărut mâna” a rămas mai frecvent în adresarea către femei, în general mai în vârstă, în raportul “inferior”/”superior”, femei aflate într-o poziție de superioritate profesională (mai ales raportul bărbat/femeie), dar și în adresarea către rude (mamă, mătușă, bunică). Se menține, de asemenea în comportamentul lingvistic al bărbaților aparținând unor generații mai înaintate în vârstă (chiar în adresarea către fete foarte tinere). Rămâne un salut foarte politicos. Între tineri acest salut se întrebuițează rar, apare tot în raportul bărbat/femeie, ca o expresie a respectului și a considerației.

“Sărut mâna” se întrebuițează rar în limba română și între femei, într-un raport de la “inferior” (de vîrstă, de profesie) la “superior” (elevă, studentă, în adresarea față de o profesoară căreia îi arată mult respect, de exemplu) sau în mediul rural, o femeie se poate adresa doctoriței, chiar mai tinere cu același salut. A rămas, de asemenea, în adresarea față de preot, atît în mediul rural cît și în cel urban și indiferent de sexul credinciosului sau de vîrsta părintelui. Există de asemenea salutul simplu “Sănătate” (sau “Să fii sănătos”), folosit în orice nivel de limbă, deși simțit ca prea familiar. În sudul României putem auzi frecvent salutul amical între rude sau între prieteni “Hai să trăiești” sau simplu, “Să trăiești”, folosite la întîlnirea dintre cei doi interlocutori și uneori chiar la telefon. Formula aceasta se întrebuițează de către rude și față de un copil care spune “Sărut mâna”, ca salut sau când mulțumește pentru masă, la sfîrșitul mesei: “Sărut mâna pentru masă”.

În preajma unor sărbători religioase sau cu prilejul Anului Nou se folosesc anumite formule – salut obligatorii: “La mulți ani”, “Sărbători fericite”, “Hristos a înviat”, iar interlocutorul este îndemnat să răspundă: “Adevărat a înviat!” “Bun venit”, “Bun găsit”, “Drum bun”¹⁵², “Adio”, “Să ne vedem cu bine”, “Mergi cu bine”, “Odihnă plăcută” (într-o stațiune, corespondentul urării-salut în limba italiană “Buona permanenza”), “Mergi cu Dumnezeu” (în cazul persoanelor mai vîrstnice) se întrebuițează în anumite contexte situaționale. La fel: “Numai bine”, “Să dea Dumnezeu” (ca răspuns), “Spor la treabă”, “Serviciu ușor”. Anumite formule de salut sunt proprii unor numite straturi sociale și nu sunt cunoscute în altele. Astfel, în România¹⁵³ se întrebuițează între țărani români formula “Doamne ajută!” când este salutat cineva care execută o activitate de durată. Răspunsul este: “Dă, Doamne!” De asemenea apar formule de tipul: “La apă?” sau “V-ați sculat?”, în cazul în care o persoană îndeplinește o

muncă de scurtă durată sau atunci când nu realizează ceva neapărat folositor: “La horă?”, sau “Mai stați de vorbă?”

Utilizarea unui anumit salut poate caracteriza personalitatea locutorului, poate crea plăcere sau poate jigni. Eugen Coșeriu¹⁵⁴ arată că “în actul lingvistic atitudinile *sociale* foarte rar sunt numai și exclusiv *sociale*, (referitoare la condiția socială a interlocutorului) și nu sunt în mod necesar determinate. În legătură cu aceasta s-a adus în discuție cazul formulelor de adresare. Societăți foarte diferențiate pot avea sisteme de formule de adresare foarte simple (latina-*tu*) sau societăți puțin diferențiate ce pot avea sisteme de adresare foarte complicate (româna și portugheza din Portugalia). Utilizarea unor astfel de formule nu este determinată în mod exclusiv de relația strict socială cu interlocutorul, ci și de gradul de cunoaștere reciprocă și de intimitatea dintre interlocutori, de atitudinea de respect uman, pur și simplu etc.”

Slujitorii bisericii ortodoxe române întrebuintează formule deosebite de salut; de exemplu, în Ardeal călugării sau mirenii se adresează unui preot cu salutul: “Sărutăm dreapta, domn părinte!” sau “Binecuvântați și iertați!” iar acesta răspunde atât la întâlnire cât și la despărțire: “Doamne ajută” Când este vorba despre un călugăr preot se utilizează: “Blagosloviți, părinte!” Călugărițele se adresează stareței cu salutul: “Iertați, maică!”, cu verbe la persoana a doua plural, iar în cazul unui stareț, există apelativul “Părinte stareț”. În adresarea față de călugării preoți se folosește simplu “Părinte”, însoțit sau nu de numele călugărului: “Părinte Teofil”, de exemplu; călugării (călugărițele) și novicii își spun în adresare: “Frate”, “Soră”, apelative urmate de numele călugărului: “Frate Ieronime”, însoțite de verbe la persoana a doua singular¹⁵⁵. Tot în Transilvania îndeosebi, se întrebuintează între creștinii catolici și preot salutul latin: “Laudetur Iesus Kristus!”, formulă la care se răspunde: “In aeternum!” Această modalitate de adresare a trecut și la creștinii ortodocși: “Domnul să fie

lăudat!” sau “Domnul să binecuvânteze!”, la care se răspunde: “În veci!”

În limba franceză, formulele “Bonjour” și “Bonsoir” s-au lexicalizat și pot fi compatibile cu toate pronumele alocutive. “Salut” se întrebuințează pentru egalii de vârstă. De asemenea, într-un raport de prietenie se întrebuințează anumite formule fixe: “Comment ça va?” sau “Ça va?” general, neutru sau “Comment ça va, *toi*?” sau salutul obișnuit însoțit de un determinativ familiar sau metaforic: “mon chou”, “mon vieux”, “mon cher”, “ma chérie”, “mon amour”.

Pentru marcarea deferenței, salutul este însoțit de numele persoanei respective: “Bonjour, Madame X”, “Bonjour, Monsieur Z” sau simplu: “Bonjour, Madame, Monsieur”.

Societățile cu un grad slab de ritualizare sunt cele occidentale, în care formulele rituale există în număr redus. Distanța manifestată față de aceste formule subliniază caracterul lor convențional, mai ales în Franța, unde se observă existența unor forme originale, inovatoare, non conformiste. Astfel, salutul “adieu” este astăzi complet nemotivat, deoarece doar în unele imprecății mai apar slabe referiri la prezența divină.¹⁵⁶

Limba portugheză cuprinde un număr destul de mare de formule de salut întrebuințate indiferent la toate nivelurile de limbă, într-un raport reciproc: “(Muito) bom dia”, “Bons dias”, “Boa tarde”, “Boas tardes”, “Boa noite”, “Olá”, “Viva” (Salut), “Ate a proxima” (La revedere până la o următoare întâlnire), “Ate um dia destes” (La revedere până în zilele următoare), “Ate a vista” (Până la revedere), “Adeus” (Domnul să fie cu tine), “Ate um dia” (până într-o bună zi), “Ate qualquer dia”, “Ate mais ver” (până ne vom revedea), “Ate já”, “Ate breve”, “Ate logo” (Pe curând), “Ate sempre”, “Ate amanha”¹⁵⁷ (Pe mâine).

În limba spaniolă salutarile informale, compatibile cu pronumele alocutiv *tú* sunt: “Hola” (cel mai frecvent salut, compatibil cu toate pronumele alocutive), “Buenas”, “Qué tal?” (Cum mai merge), “Qué hay?”, “Qué pasa?” care se folosesc și fatic, pentru începerea unui dialog. “Buenos días”, “Buenos tardes”, “Buenas noches”, compatibile atât cu pronumele alocutiv familiar cât și cu cel reverențial, apoi “Cómo está usted?” (Ce mai faceți dumneavoastră?)

Amintim și formulele folosite la încheierea conversației, salutarile de rămas bun, de asemenea compatibile cu toate pronumele alocutive: “Hasta la vista!”, “Hasta luego!”, “Hasta pronto!”, “Hasta mañana!”, “Adios!” ce pot fi însoțite de un apelativ.

Salutul reprezintă o modalitate de exprimare a politeții și, în același timp, un mijloc de integrare sociolingvistică. Este un act individual cu variate semnificații în viața unui macrogrup social.¹⁵⁸ Apariția unor conotații stilistice în enunțurile de salut este determinată de factori extralingvistici, cum sunt situația de comunicare, ierarhia socială, vârsta interlocutorilor etc.

4. Raportul reverențial simetric în limbile romanice

Limba, ca principal mijloc de comunicare între oameni, se schimbă în timp și spațiu odată cu apariția unor diferențieri sociale, reflectând întotdeauna relațiile dintre membrii unei comunități. Limba vorbită este mai spontană, mai naturală, mai liberă și mult mai propice inovațiilor decât cea scrisă, deci, mai bogată în construcții expresive și afective. De cele mai multe ori, expresivitatea apare prin schimbarea normei consacrate. Stilul oral este produsul raporturilor interpersonale directe. Discursul oral se desfășoară într-o situație comunicativă specifică, cu participanți reali, iar aceștia au

posibilitatea de a folosi și alte coduri în afara celui lingvistic, limbajul neverbal, pauzele, gesturile, mimica, intonația, accentul. În stilul conversației¹⁵⁹ actualizarea procedeelelor stilistice se întemeiază pe predominarea funcțiilor expresivă, conativă și referențială; astfel, raportul protagoniști – text – referent este dominată de protagoniști, deci de relația emițător – destinatar, iar textul are un referent real.

Societatea umană este într-o continuă prefacere și fiecare generație are un mod propriu de a vedea viața care generează o modă, conform căreia apar simboluri noi. Limbajul politeții reflectă toate aceste fenomene, deoarece este o convenție fundamentată pe conștiința individualității sociale. Relațiile interumane, pline de neprevăzut sunt convertite cu ajutorul unor ritualuri în previzibile și acceptabile. Schimburi de enunțuri verbale, ca salutarile, felicitările, mulțumirile și nonverbale cum sunt: gesturile, râsetele sau folosirea unui anumit pronume alocutiv sunt “ritualuri ale interacțiunii verbale”¹⁶⁰.

Formele pronominale alocutive sunt elemente revelatoare ale vieții sociale dintr-o anumită perioadă istorică; pronumele alocutive sunt utilizate de vorbitori numai în relațiile din societate și folosirea lor depinde de factori extralingvistici privind organizarea social-economică, culturală și politică ale acesteia. Cu cât o societate se va caracteriza printr-o ierarhie socială mai complicată, cu atât modalitatea de exprimare a politeții va fi mai diversificată. Astfel, limbajul reverențios a fost mult mai complicat în trecut decât în prezent, când, sub influență occidentală, se tinde spre o egalizare socială, cu precădere, în mediile urbane. Asistăm la accentuarea relațiilor de cooperare, de acceptare între interlocutori. Menționăm însă, că, deși dependente de instituții socio-culturale, pronumele alocutive reverențiale reprezintă în același timp atitudinea psiholingvistică a vorbitorului, fiind expresia subiectivității fiecărui individ. Orice grup social își

alege propriile procedee reverențiale¹⁶¹ pe care le cuantifică lexical prin pardigme pronominale.

Acest capitol urmărește manifestare interacțiunii verbale în anumite instituții (familie, școală, universitate, armată, spitale), precum și inventarierea noilor valori stilistice ale pronumelor alocutive în unele contexte situaționale, în relație atât cu factori externi, cât și cu factori interni, mai puțin cercetați în lingvistica românească.

Modelul interacțiunii sociale umane ne este oferit de conversația mondenă, exemplul cel mai concludent al schimbărilor intervenite în ultimele decenii în folosirea formelor alocutive reverențiale în limbile romanice. Vom prezenta câteva dintre valorile stilistice ale acestora, insistând asupra extinderii conceptului de politețe “pozitivă”¹⁶², care accelerează relațiile sociale și aspiră către simetrie, eliminând tot mai mult distanțele dintre locutori.

Orice interacțiune verbală presupune existența unui locutor și cel puțin a unui receptor; între cei doi poli ai comunicării apar o serie de opoziții în funcție de egalitatea sau inegalitatea raportului. Roger Brown și Albert Gilman, citați de A.Niculescu¹⁶³ afirmă că poate fi numit “superior”, interlocutorul care are o anumită putere socială, familială, materială, morală, în funcție de vârstă, de sex sau de instituție ierarhică. În cazul unui raport asimetric, inegal, “inferiorul” primește un mesaj lipsit de forme reverențiale, dar este obligat să se adreseze “superiorului” într-o manieră respectuoasă. Raportul este astfel reverențial/non reverențial. Un alt raport reverențial este cel simetric, egal, al solidarității, în cadrul căruia interlocutorii aparțin aceluiasi mediu sau aceluiasi nivel social și se respectă reciproc, nici unul dintre ei nu va controla comportamentul lingvistic al celuilalt; opoziția este neutralizată.

Când relațiile reverențiale sunt caracterizate de emfază¹⁶⁴, care generează o opoziție de tipul reverențial

emfatic/reverențial non emfatic. Emfaza reprezintă mărirea distanței dintre inferior și superior. Această nouă dimensiune a reverenței este numită de Al.Niculescu “ceremonial”. Politețea ceremonioasă se folosește rar, ocazional într-un mediu sociocultural limitat, în circumstanțe solemne.

Primul subcapitol prezintă schimbările actuale survenite în folosirea pronumelor alocutive în cadrul raportului de solidaritate.

A doua parte va prezenta formele actuale ale politeții reverențiale și ceremonioase din cadrul raportului reverențial reciproc și reverențial asimetric.

Solidaritatea, unul dintre aspectele raporturilor de politețe, este concepută ca axa orizontală a relațiilor reciproce sau simetrice care derivă în mod fundamental din atributele de sex, rudenie, profesie, apartenență politică sau afiliere la un grup. Asemănările cele mai importante par să fie cele care favorizează mai ales afinități intelectuale sau manifestări comportamentale asemănătoare. Întrebuințarea pronumelui *tu* solidar poate fi determinată de frecvența contactelor între două sau mai multe persoane sau de asemănări obiective.

Totuși, frecvența întâlnirilor între oameni nu generează neapărat folosirea reciprocă a pronumelui de persoana a doua singular; se ajunge la această situație doar în cazul în care se creează o afinitate spirituală, sâmburele semanticii solidarității.

Simetria apare în sistemul pronominal ca o manieră de caracterizare a adresării între persoane ce au aceeași putere.¹⁶⁵ Dimensiunea simetrică-solidară poate fi practic aplicată tuturor celor cărora dorim să ne adresăm. Se creează astfel un sistem unidimensional în care se va folosi pronumele *tu* reciproc solidar.

Atributele relative la putere trebuie reinterpretate, revizuite, astfel încât să fie transformate în atribute ale solidarității simetrice. Un fel de reziduu¹⁶⁶ al relațiilor bazate pe putere a rămas obiceiul, conform căruia doar persoana care

se află într-o poziție considerată superioară (ce privește vârsta, starea socială, profesională etc.) poate întrebuița mai întâi pronumele de persoana a doua, *tu*, cerând în același timp reciprocitatea.

Această dimensiune semantică bazată pe afinități, pe afecțiune dar și pe bunăvoință, determină apariția pronumelui *tu* la ambele părți aflate în interacțiunea locutivă, cu toate asimetriile posibile generate de clasa socială, de vârstă etc.

După cel de al doilea război mondial, când structurile sociale tind să fie mai deschise, predomină valoarea dobândită și nu cea impusă de tradiție; solidaritatea câștigă supremație asupra puterii.¹⁶⁷ Această trecere de la asimetric la simetric indică redefinirea relațiilor ierarhice între interlocutori, conform distanței sociale sau psihologice.

Așadar, solidaritatea este unul dintre aspectele relațiilor de politețe. Este un raport reverențial reciproc, orizontal, însă, și în acest caz, intervin distincții bazate pe limitele mediului în care are loc comunicarea. Pot apărea noi distincții, de pildă: superior solidar în cadrul relațiilor de familie (părinții sau unele rude se pot afla într-o situație de superioritate); inferior solidar (este cazul fiilor sau rudelor tinere); superior non solidar (în această postură pot fi ofițerii din armată sau directorii unei întreprinderi); inferior non solidar (soldații din armată sau personalul de serviciu într-o instituție).

O adresare cu frecvență mare în mediul social solidar duce la ștergerea valorilor semantice ale politeții; remarcăm tendința către suspendarea distanțelor, extinderea formei non reverențiale în interacțiunile verbale, fapt revelator al structurii ideologice a societății moderne, care promovează reciprocitatea în relațiile interumane.

Pronumele alocutiv “*tu* egalizator”¹⁶⁸ revine (reamintim că limba latină nu cunoștea formele pronomiale reverențiale) în comunicarea cotidiană, dobândind noi valori expresive.

Relații simetrice sunt și cele în cadrul cărora se folosește de către interlocutori în schimbul verbal un pronume reverențial reciproc dar nesolidar. Se indică astfel respectul reciproc între persoane mature, într-un raport care nu presupune relații de prietenie sau de rudenie.

Pronumele alocutiv *tu* **mistic** se întrebuintează constant în invocația către divinitate și din limbajul religios s-a extins din motive carismatice și la laici. În limba italiană, însă în unele rugăciuni întâlnim și pronumele *voi*; putem să comparăm exemplele următoare:

“Noi *ti* lodiamo, *ti* benediciamo, *ti* adoriamo, *ti* glorifichiamo, *ti* rendiamo grazie, per la *tua* gloria immensa, Signore Dio, Re del cielo, Dio Padre onnipotente. Signore, Figlio unigenito, Gesù Cristo, Signore Dio, Figlio del Padre, *tu* che *togli* i peccati del mondo, *accogli* la nostra supplica, *tu* che *siedi* alla destra del Padre, *abbi* pietà di noi”¹⁶⁹...

Sau:

“Io confido in *Te*, o Signore, e dico: il mio Dio *sei tu*! Nelle *tue* mani stanno le sorti della mia vita”.¹⁷⁰

Și:

“Dio mio, *vi* dono il mio povero cuore, e *vi* amo sopra tutte le cose: vorrei potervi amare come *vi* amano gli Angeli ed i Santi su in Cielo, e le anime giuste sulla terra. *Voi* che *avete* un cuore ardente di carità, *mettete* nel mio una sola scintilla del *vostro* amore: allora sarò meno indegna di ricevervi.”¹⁷¹

Observăm folosirea atât a pronumelui intim cât și a pronumelui *voi*, în acest caz, cu nuanță reverențială față de divinitatea supremă. Exemplele în care apare pronumele alocutiv *tu* sunt însă mult mai numeroase. *Tu* poate fi

interpretat ca apropiere, intimitate față de Dumnezeu sau ca pronume de respect, pentru a marca unicitatea. Acest uz apare cu preponderență în limba română și în plus, pronumele *tu* și toate posesivele referitoare la divinitate sunt scrise cu majusculă:

“Miluiește-mă, Dumnezeule, după mare mila *Ta* și după mulțimea îndurărilor *Tale*, șterge fărădelegea mea...”¹⁷² sau:

“Cuvine-se cu adevărat să *Te* fericim pe *Tine*, Născătoare de Dumnezeu, cea pururea fericită și prea nevinovată, Maica Dumnezeului *nostru*...”¹⁷³

În limba spaniolă vechiul *vos* este tot mai des înlocuit de *tu*:

“Padre, la hora ha llegado. Glorifica a *tu* Hiho, para que tambien *tu* Hiho *te* glorifique a *ti*. Pues *tú* has dado a *tu* hiho autoridad sobre todos los hombres, para que de vida eterna a los que le confiaste. Y la vida eterna consiste en que *te* conozcan a *ti*, el unico Dios verdadero, y a Jesucristo, a quien *tu* enviaste”¹⁷⁴

Limba portugheză folosește de asemenea în adresarea către divinitate pronumele alocutiv *tu*:

“Pai, é chegada a hora; glorifica a *teu* Filho, para que o Filho *te* glorifique a *ti*; assim como lhe conferiste autoridade sobre toda a carne, a fim de que êle conceda a vida eterna a todos os que lhe desde. E a vida eterna é esta: que *te* conheçam a *ti*, o unico Deus verdadeiro, e a Jesus Cristo, a quem enviaste”¹⁷⁵ . . . sau:

“Compadece-*te* de mim, O Deus, segundo a *tua* benignidade; e, segundo a multidão das *tuas* misericórdias, apaga as minhas transgressões.

Lava-me completamente da minha iniquidade, e purifica-me do meu pecado.”¹⁷⁶

În limba franceză, în schimb, remarcăm folosirea pronumelui de persoana a doua plural, *vous*:

“Glorifiez *votre* Fils, afin que *votre* Fils *vous* glorifie, et que, par le pouvoir que *vous* lui avez donné sur toute créature, il donne la vie éternelle à tous ceux que *vous* lui avez donnés. Or, la vie éternelle consiste en ce qu’il *vous* connaissent, *vous*, le seul vrai Dieu, et celui que *vous* avez envoyé, Jésus Christ”¹⁷⁷ ... (“Preaslăvește pe Fiul Tău, ca și Fiul Tău să *Te* preslăvească. Precum I-ai dat stăpânire peste tot trupul, ca să dea viață veșnică tuturor acelora pe care *Tu* I-ai dat Lui. Și aceasta este viața veșnică: să *Te* cunoască pe *Tine*, singurul Dumnezeu adevărat, și pe Isus Hristos, pe care L-ai trimis.”¹⁷⁸)

Persoana care adresează rugăciuni divinității, prin utilizarea pronumelui *tu*, se simte mult mai implicată spiritual; să comparăm începutul rugăciunii “Tatăl nostru” în unele limbi romanice: “Tatăl Nostru care *ești* în ceruri...”; “Padre nostro che *sei* nei cieli...”; “Notre Père qui *êtes* (sau *es*) aux cieux...”, “Padre, santificado sea *tu* nombre; venga *tu* reino. Danos cada dia el pan que necesitamos...”¹⁷⁹, “Pai, santificado seja o *teu* nome; venha a *teu* reino, o pao nosso cotidiano *de-nos* de dia em dia...”¹⁸⁰. Pronumele intim *tu* apare în toate exemplele.

Catolicii¹⁸¹, francezii în special, folosesc în adresarea către Divinitate persoana a-II-a plural și pot trece când doresc la persoana a-II-a singular, precum ortodocșii sau protestanții. În acest caz, pronumele *tu* nu are întotdeauna valoare familiară, ci marchează respectul, prin insolitul utilizării sale; acest fapt întărește ideea conform căreia alocutivii reverențiali

reprezintă o alegere individuală în dialogul cu divinitatea, deci o alegere subiectivă:

“Seigneur, *Toi*, qui *enlèves* les péchés du monde, *toi* qui *apaises* les conflits et *désarmes* les coeurs, *remplace* en nous la méfiance par la compréhension, l’indifférence par la solidarité, l’isolement par la rencontre, la haine par l’amour, et *donne-nous* la Paix. *Toi*, qui *es* vivant pour les siècles des siècles.”(Prière)¹⁸² sau:

“Seigneur, nous croyons en *Toi*; *fais* grandir en nous la foi!”

“Gloire à *Toi* qui *étais* mort, Gloire à *Toi* qui *es* vivant, notre Sauveur et notre Dieu, *Viens*, Seigneur Jésus!”

Observăm, în ceea ce privește ortografia, prezența majusculei cu referire la Divinitate și în limba franceză. Însă în exemplele următoare această afirmație nu mai este valabilă:

“Seigneur, en *ton* fils, *tu t’es* fait pauvre au milieu des petits et des exclus de notre humanité. C’est un chemin que *tu* nous *as* ouvert. *Éloigne* de notre route tout ce qui nous encombre et *viens* libérer en nous l’esprit de pauvreté qui fera notre vraie richesse auprès de nos frères et de *toi*, Dieu vivant pour les siècles des siècles.(Prière)

“*Tu es* notre Dieu et nous sommes *ton* Peuple. *Ouvre-nous* le chemin de la vie!”¹⁸³

Catolicii români, în schimb, întrebuintează în adresarea către divinitate mereu pronumele alocutiv *tu*:

“O, Bunule Păstor, care *ți-ai dat* viața pentru oile *tale*, *ocrotește* și *apără* turma *ta* de cursele și violențele pe care le întind cei care se prezintă în piei de oaie, dar în interior sunt lupi răpitori. *Fă* ca toți să fie o singură turmă și un singur Păstor”¹⁸⁴ ...

*Tu mistic*¹⁸⁵ este o manieră de adresare față de unele persoane carismatice sau considerate astfel de marea masă a

societății, oameni politici, staruri, vedete ale muzicii și cinematografilei, top-modele, sportivi foarte apreciați de public. Acest uz se face tot mai mult simțit în limba italiană din ultimii ani, pronumele alocutiv *tu* și persoanei a-II-a singular a verbelor li se adaugă prenumele personalității respective. Astfel, omul simplu își exprimă afecțiunea, aprecierea, dragostea sau simpatia față de persoana vizată, prin suspendarea distanțelor; de exemplu: "Silvio, siamo con *te*!" sau "Mara, *ti* amiamo", "Ciao, Amedeo, come *stai*?" adresate lui Silvio Berlusconi, personalitate politică italiană, foarte populară, Marei Venier și lui Amedeo, prezentatorii unor programe ale televiziunii italiene, RAI I. Verbul la persoana a II-a singular, neînsoțit de pronumele *tu*, este mai puțin încărcat de semnificații.

În limba franceză acest uz este destul de rar și are mai degrabă o nuanță de invectivă, de insultă, de manifestare a dezaprobării, în special față de personalități politice. De exemplu, Reforma Universităților propusă de M.Dévaquet, în 1986, a declanșat greva studenților și elevilor; demonstranții arborau lozinci în care apărea pronumele personal *tu*, urmat de numele de familie. De exemplu: "Dévaquet, si *tu* savais/ *Ta* réforme où on s'la met!" sau "Chirak, matrak, *t'es* pas un démocrate!"¹⁸⁶

Și în limba spaniolă se înregistrează *tu* mistic: "Julio, qué tal con *tu* gira?" (Julio, cum a fost turneul tău?)

În limba română, *tu* mistic este prezent (sau forma verbală la persona II-a singular) în adresarea către personalități ale lumii spectacolului și cinematografilei sau sportivilor tineri. De exemplu: "Loredana, *cântă*-ne ceva", adresat unei cântărețe de muzică ușoară, Loredana Groza pentru a exprima familiaritate, atașament, simpatie.

În limba portugheză, pronumele *tu* nu se întrebuintează aproape niciodată în afara familiei; José J. Nunes¹⁸⁷, care s-a

ocupat de acest fenomen în limba portugheză, reduce acest fenomen la influența franceză.

O altă valoare expresivă a pronumelui alocutiv *tu* în unele limbi romanice este familiaritatea aproape intimă care se stabilește pe parcursul unor emisiuni televizate la care participă mai ales tineri: jocurile televizate, teleurobingo, interviurile luate unor personalități din mediul artistic. Este o situație întâlnită în aproape toate limbile romanice. Pronumele *tu* este întrebuințat alături de prenumele persoanei intervievate, indiferent de posibila superioritate de vârstă. Raportul confidențial astfel creat conferă discuției mai multă expresivitate, iar personalitatea intervievată capătă o mai mare popularitate în rândul publicului spectator. Fenomenul se face simțit din ce în ce mai des și în limba română, prin imitarea modelelor străine, considerate moderne; nu este complet asimilat, fiind privit cu suspiciune și dezaprobare de o mare parte a românilor; cu toate acestea, exemplele sunt numeroase. Prezentatorul emisiunii *Vrei să fii miliardar?* difuzată pe postul privat "Prima", se adresează absolut tuturor concurenților cu pronumele intim *tu*, indiferent de vârsta lor; emisiunea implică uneori și o convorbire telefonică cu o rudă sau un prieten al participantului la concurs. Și în acest caz, în cea mai mare parte a situațiilor, pronumele întrebuințat este cel de persoana a-II-a singular, chiar dacă în cea mai mare parte a cazurilor vârsta rudei (prietenului) este necunoscută. Concurenții tineri răspund imediat în aceeași manieră; cei mai puțin tineri, de obicei, evită adresarea directă sau folosesc pronumele reverențial, creându-se astfel un raport de la superior (prezentatorul) la inferior (participantul la concurs). În alte tipuri de emisiuni televizate, cu profil cultural, politic etc. pronumele reverențial este prezent între participanți și moderator. Sportivilor le este adresat întotdeauna pronumele familiar *tu*, însoțit de prenume, pentru a marca astfel atașamentul și aprecierea generală față de un

sportiv îndrăgit, cu mari performanțe pe plan internațional. Pronumele este însoțit uneori de o poreclă sau un diminutiv al prenumelui. De exemplu, *Gică*, atribuit jucătorului de fotbal, Gheorghe Hagi.

În unele orașe turistice din Italia și Franța se folosește pronumele reciproc *tu*, propus de animator, aflat într-o postură de superioritate situațională, având rol de gazdă. Este un caz de derogare de la regula conform căreia nu se poate trece de la forma intimă la cea reverențială, deoarece în alte circumstanțe, aceleași persoane vor folosi în adresare un pronume de distanță.

În limba română acest fenomen poate surveni în cadrul taberelor studențești, între studenți, ca egali de vârstă sau între profesorii însoțitori, care, în alte contexte situaționale ar utiliza termeni reverențiali.

O situație similară poate apărea între participanții la o excursie cu autocarul, de exemplu, chiar indiferent de diferențele de vârstă. Aceeași manifestare a familiarității apare între studenții bursieri străini care urmează o anumită perioadă de timp studiile în Franța, Italia sau Spania. Ei întrebuințează invariabil și imediat, chiar în absența unui raport confidențial, pronumele *tu* și foarte des chiar față de profesorii tineri sau de cursanții mai în vârstă, indiferent de vârsta studentului bursier.

În afara creării unei atmosfere mai destinse, menită să înlăture inhibițiile și să instaureze un raport complice, acest mod de adresare poate avea și o altă explicație: în limba italiană, folosirea pronumelui reverențial *Lei* este foarte dificilă pentru o persoană care nu posedă o perfectă cunoaștere a limbii, iar pronumele *tu* apare mai simplă și mai normală.

Acceași tranziție de la pronumele reverențial la cel familiar se produce, în general, între membrii unui grup relativ izolat, prin natura împrejurărilor de ceilalți oameni și care petrec mai îndelungat împreună: excursioniști, militari, colegi

de serviciu, suporterii unei echipe sportive, membrii unui colectiv artistic (actori, muzicieni, balerini), ceea ce contribuie la o fluentă mai bună în comunicare și la o conlucrare mai benefică și neînhibantă. De exemplu, datorită unor probleme specifice, atât de natură tehnică cât și de interes comun, colegii de serviciu tind să înlăture barierele comunicării ridicate de întrebuințarea pronumelui reverențial. Astfel sunt depășite diferențele ierarhice și de vârstă. Șeful și subalternii folosesc în adresare pronumele de persoana a-II-a singular, însoțit de prenume, în majoritatea situațiilor, exceptând cazul în care cei doi se pot afla singuri în aceeași încăpere și diferențele ierarhice ar fi mai dificil de învins.

Acest fenomen este întâlnit, de asemenea, la imigranții de condiție inferioară. În acest caz destul de rar, pronumele intimității poate fi propus de inferior și nu va putea fi refuzat de superior.

Uzul pronumelui *tu* intim, urmat de prenume devin constante în familie, la serviciu sau la recepții. Uneori, “inferiorii de vârstă”, copiii, se adresează părinților sau rudelor folosind pronumele *tu* și prenumele acestora, instituind un raport reciproc perfect. Este o situație întâlnită în Italia, în familiile tinere. În Franța remarcăm utilizarea pronumelui *tu*, însă nu este urmat de prenumele părinților. În Belgia, între părinți și fii, pronumele *tu* este considerat vulgar, foarte nepolitic, având conotații de reproș, persistând în adresare pronumele *vous*.

În limba portugheză¹⁸⁸, *tu* este folosit în familie destul de rar între părinți și fii, mai des de către părinți față de fii, de către bunici sau unchi față de nepot, între frați și prieteni, între soț și soție, între colegi de vârste egale sau apropiate. Folosirea acestui pronume s-a extins, însă, în ultimul timp, între colegii de studiu sau de aceeași profesie, între membrii unui partid, și chiar, în anumite familii, între fiu și tată.¹⁸⁹

Între bunici și nepoți, ca de altfel și între o parte a membrilor generațiilor mai vârstnice nu se utilizează niciodată pronumele *tu*, ci o expresie care indică gradul de rudenie, combinat cu o formă verbală a persoanei a-III-a singular. De exemplu: ” *O pai está zangado?* ” Se menține astfel un raport asimetric, bazat pe superioritatea de vârstă.

În limba spaniolă,¹⁹⁰ unchilor și rudelor mai îndepărtate, copiii li se adresează cu pronumele reverențial *usted*, urmat de verb la persoana a-III-a singular. În familiile tinere se întâlnește și întrebuințarea reciprocă a pronumelui *tu*.

În România, folosirea pronumelui intim în familie apare frecvent în mediile urbane; la țară, unde raporturile se bazează încă pe o puternică ierarhie, se păstrează asimetrie între soți, făcându-se simțită ”superioritatea de sex”. Deseori, soția se adresează soțului cu unul din pronumele politeții familiare: *dumneata*, *mata*, *matale*, *mătăluță* etc, dar i se răspunde, în schimb, cu pronumele *tu*; și între părinți și fii se utilizează pronumele mai sus menționate, într-un raport de la superior la inferior.

În unele regiuni italiene meridionale, pronumele *voi* apare în raportul dintre noră (ginere) și socri, dintre nepoți și unchi, între care există o mare diferență de vârstă, raport asimetric, deoarece celor mai tineri li se răspunde cu *tu*. De exemplu: ” *Mamma, voi ci siete poi andata al cimitero?/ No, ci andrei volentieri con te, quando puoi* ”¹⁹¹. Acest mod de adresare exprimă o rigiditate comportamentală. Comparativ, însă, folosind gradul cel mai înalt al politeții, în limba română, în cadrul unui raport similar, al rudelor prin alianță, apare chiar pronumele reverențial *dumneavoastră*, demonstrând încă o dată că poziția în familie este astfel respectată și valorizată. Limba română este conservatoare încă în folosirea pronumelor alocutive reverențiale; menține unele laturi ale politeții

negative¹⁹², care favorizează relațiile de supunere, respect și chiar de teamă în cadrul familiei.

Raportul **confidențial**, se instaurează întotdeauna mai repede între egali de vârstă, mai ales tineri. Aceștia se adresează imediat unii altora folosind pronumele politeții familiare *tu*, chiar întâlnindu-se pentru prima oară și în cele mai variate contexte situaționale: într-un magazin (client - vânzător), în școli, în universități (elev - student - portar). Este un fenomen întâlnit în aproape toate limbile romanice și care era inadmisibil cu 25 de ani în urmă.¹⁹³

Folosirea pronumelui *tu* reciproc a fost explicată în Occident, prin argumente sociolingvistice, ca o consecință a mișcărilor studențești din 1968 din Franța; acestea au contribuit la expansiunea formei familiare. Schimbarea i-a interesat mai ales pe aderenții la manifestații și a dus la o creștere a sensibilității egalizatoare. Aceste consecințe lingvistice cu implicații psihologice au fost comentate de Catherine Kerbrat-Orecchioni¹⁹⁴, de exemplu și de alți lingviști, ca Roland Barthes și A. Helmy Ibrahim. Se confirmă folosirea formei pronominele intime (tutuirea) pe fundalul neutru al lui *vous* prin simpla justificare a unui principiu ideologic care dorea să șteargă barierele impuse de vârstă, de sex și de mediu dintre defavorizații și privilegiații societății. Este vorba doar de o simplă iluzie de egalitate transpusă pe planul apropierii favorizate de solidaritatea de grup ("copinage", în franceză, "tovărășie"), deoarece, în ciuda faptului că pentru o anumită perioadă de timp, codul lingvistic a funcționat perturbat, societatea a continuat să evolueze fără să țină cont de acest lucru, accentuând chiar distanțele sociale. Este o mărturie incontestabilă a faptului că limba, un fel de oglindă a societății, nu face altceva decât să apropie distanțele dintre membrii ei sau să le mărească, în limitele jocului social.

În Occident, mai ales în Spania, se remarcă o schimbare profundă în raportul dintre studenți (elevi) și profesori, mai ales în mediul universitar, dar și în unele școli elementare din Italia și Franța.

În Franța, folosirea reciprocă a pronumelui *tu-tu* se produce numai între elevi sau între studenți. Adresându-se profesorilor, aceștia utilizează întotdeauna pronumele reverențial *vous*. Profesorii pot răspunde cu același pronume *vous*, urmat însă de prenumele studentului (elevului). Apare spontan tutuirea reciprocă în mediul școlar, între elevi, între cadrele didactice de vârste apropiate, între tinerii ce participă la diferite activități de grup cercuri științifice, sportive, organizații sindicale, și acest uz este motivat de relația socială dublată de relații cognitive, afective și ideologice. De asemenea, asistăm în Franța și în Italia, la creerea unui raport reciproc între învățătorii (tineri, mai ales) și elevii claselor elementare. Elevii se adresează învățătorilor folosind prenumele, însoțit de pronumele *tu* sau de verb la persoana a II-a singular poate și prin imitarea modului de adresare a cadrului didactic: “*Monica, mi permetti di uscire un po’?*” (Monica, îmi dai voie să ies puțin) În limba franceză, deseori apare pronumele *on* vizând un singur elev, mai cu seamă în cazurile în care i se reproșează ceva: “*Guillaume, on se calme!*” *On* substituie în acest caz pronumele *tu* dar se evită adresarea directă.

Tot în cadrul relațiilor individuale imediate ce nu sunt mijlocite de o instanță socială, remarcăm o tendință, oarecum inversă, preferința pentru pronumele personal reverențial *vous*, în locul lui *tu*, ca un refuz față de riturile colective prea uniformizante.

În universitățile italiene, însă, se menține raportul reciproc *Lei-Lei*, între studenți și profesori, uneori cu alăturarea prenumelui studentului, în cazul unui raport mai confidențial.

Limba spaniolă, sub presiunea școlii¹⁹⁵ a făcut posibilă menținerea pronumelui personal *tu*. În universități și școli pronumele *tu* a căpătat o mare expansiune. Studenții se adresează profesorilor folosind acest pronume, realizându-se astfel un raport reciproc perfect. Deseori pronumele intim este însoțit de prenumele profesorului. Se vorbește chiar de “moartea” pronumelui *usted*.¹⁹⁶ În clasele primare, învățătorul folosește pronumele *usted* față de elevii care au comis ceva reprobabil.

În limba portugheză, îndeosebi la Lisabona¹⁹⁷ între studenții universitari se folosește pronumele *tu*; în același timp, însă, *você* apare tot mai des din pricina marei sale simplități.

În America Latină, pronumele *tu* nu se mai utilizează aproape deloc; a fost înlocuit de *você*, însă apar uneori formule amestecate: *tu, consigo* și *você*, sau, în Brazilia, *vos*: “A *vos te* parece bien”; în acest caz, *te* este cazul complementar alături de *vos*.¹⁹⁸

În limba română nu au avut loc transformări spectaculoase în folosirea unuia sau altuia dintre pronumele personale alocutive reverențiale în anumite situații. În universități, în raportul profesor (preparator, asistent)/student, atunci când diferențele de vârstă nu sunt prea mari, se tinde spre reciprocitate: *tu-tu*, pronume personal intim urmat de prenume, realizându-se astfel o relație de colaborare benefică în procesul de învățământ. Acest raport simetric apare cu precădere între studenții și lectorii universitari stăini tineri. Situația nu este însă generalizată. Există și un alt raport reciproc care menține însă politețea negativă și favorizează distanța între interlocutori prin folosirea pronumelui reverențial reciproc *dumneavoastră*. Simetria nu este totală, deoarece profesorul va putea să însoțească pronumele *dumneavoastră* de numele de familie al studentului sau chiar de prenumele său; în schimb, studentul va folosi mereu titlul sau gradul didactic în

adresarea față de profesor. Mai frecvent apare raportul de non reciprocitate, de la superior (profesor) la inferior (student), în care primul tinde să întrebuințeze pronumele *tu*, dar i se răspunde mereu cu respectuosul *dumneavoastră*, în acest caz pronume de politețe dar și pronumele autorității. Pot apărea situații în care, de pildă, demonstrarea unei prea mari familiarități și a unui raport prea confidențial ar putea părea deplasată. Interlocutorul, sau cel puțin, inferiorul de vârstă vor evita folosirea oricărei forme alocutive, încât, să nu facă uz de pronumele *tu* sau de prenume. Ar putea fi cazul în care un student, din motive de rudenie sau din prietenie a ajuns la un mare grad de familiaritate (intimitate) cu un profesor. El va evita adresarea directă; va folosi, eventual, adresarea indirectă, prin întrebuințarea verbului la persoana a-III-a singular, însoțit de titlul sau gradul profesorului. Acesta din urmă va putea cu mai multă ușurință să utilizeze obișnuitul *tu*, însă va evita o familiaritate excesivă prin folosirea prenumelui studentului.

În Italia, în închisori și în armată, modul de folosire a pronumelor alocutive este prevăzută de lege.¹⁹⁹ Astfel, legea din 5 iulie 1975 prevede utilizarea pronumelui reverențial *Lei*, între toți militarii cu grade diferite; există, însă, astăzi, obiceiul de a întrebuința pronumele *tu* în adresarea de la superior la inferior. Raportul nu este reciproc, deoarece un ofițer poate folosi pronumele reverențial *Lei*, însă îl va însoți de numele de familie sau de prenume, iar inferiorul îi va răspunde mereu cu pronumele reverențial *Lei* reciproc aparent, deoarece îl va însoți de gradul militar corespunzător, niciodată de nume sau de prenume. O altă modalitate este utilizarea substantivului “*signore*”, în răspunsurile afirmative sau negative: “*signorsì*”, “*signorno*”, expresii folosite doar în armată; în rest au un caracter ironic.

În limba spaniolă ofițerii se adresează soldaților întrebuintând pronumele personal alocutiv intim *tu*.

Limba română menține un raport de non reciprocitate în folosirea pronumelor alocutive în armată; superiorul în grad i se va adresa soldatului folosind pronumele *tu*, alături de numele de familie, iar acesta îi va răspunde cu pronumele alocutiv reverențial *dumneavoastră*, însoțit de gradul militar. La fel, în limba portugheză, ofițerii din armată le vorbesc soldaților cu *tu*, iar aceștia răspund cu *a Senhoria* (mai ales în Brazilia) sau folosesc apelativul “Vossa Senhoria”, păstrând astfel un raport asimetric, de recunoaștere a superiorității gradului militar respectiv.

Pronumele personal *tu* prezintă și un alt interes. În limba italiană și în română, foarte rar și în limba franceză, *tu* are valoarea unei persoane generale, reprezentând părerea generală a “celorlalți” și este utilizat impersonal. În franceză este redat de pronumele *on*: “Când *ești* tânăr, *ești* mereu vesel”; “Quand *on* est jeune, *on* est toujours gai”; “Quando *sei* giovane, *sei* sempre allegro”. Remarcăm prezența verbului la persoană a II- singular, în cazul limbii italiene și a limbii române, iar în franceză, persoana a III-a singular.

În limba română familiară, mai ales în partea de sud a țării, se observă folosirea pronumelui personal *tu* vocativ. *Tu* alocutiv devine în acest caz un apelativ și este întrebuintat în locul numelui propriu al persoanei căreia dorim să ne adresăm. Locutorul atrage astfel atenția interlocutorului (receptorului mesajului). *Tu* pare să îndeplinească funcția unei interjecții: “Ce facem, *tu*, îi spunem adevărul?” Uneori pronumele personal *tu* este un echivalent aproximativ, simțit ca “mai politicoș” al interjecțiilor familiare: “bă”, “mă”, “fă”²⁰⁰. Această adresare are un profund caracter afectiv. Iorgu Iordan consideră că acest procedeu s-a născut în situații care făceau posibilă o confuzie între mai mulți parteneri virtuali ai

subiectului vorbitor. Pentru evitarea neînțelegerilor, acesta se adresează celui vizat cu ajutorul pronumelui *tu*, eventual însoțit de un gest indicator, de exemplu, degetul arătător îndreptat spre receptor. Se utilizează cu preponderență în limbajul feminin.

În limbile italiană, franceză, spaniolă și portugheză nu se semnalează acest uz al pronumelui *tu*, "indicator".

O altă caracteristică a limbii române familiare și populare este apostrofarea de sine²⁰¹, autoadresarea, care generează imperativul narativ sau descriptiv. *Tu* reprezintă persoana a-II-a, căreia i se adresează subiectul vorbitor, dar acest partener poate lipsi sau poate fi imaginar: "Ei, acum să *te* văd, ce *te* faci, *tu*, Ioane?" Vorbitorul se adresează lui însuși, ca și cum ar fi altcineva. Schimbarea persoanei, spune Iorgu Iordan²⁰², în cursul vorbirii, prin înlocuirea persoanei întâi singular cu a doua singular (sau forma verbală corespunzătoare, la persoana a II-a singular) apare în vorbirea populară când faptele povestite emoționează vorbitorul; are loc un fel de dedublare a personalității sale; acesta își adresează vorba lui însuși, fie sub forma unui comentariu, fie sub forma unei întrebări, ca și cum ar cere sfat cuiva pentru a ieși dintr-o încurcătură neprevăzută: "Dar, poftim, să *stai* văduvă când *ai* grija unei case..." Schimbarea persoanei poate duce la schimbarea modului verbal (imperativul). Vorbirea indirectă se transformă în vorbire directă, iar povestirea capătă vioiciune: "Ce să-i *zici*? De ce *mergi* înainte, numai de pustietăți *dai*, măi, măi, măi, că multe-ți mai văd ochii" (Creangă)²⁰³

Precedat de "nici", *tu* s-a fixat definitiv în limb română: "nici *tu* casă, nici *tu* măsă, nici *tu* sat, nici *tu* târg, nici *tu* nimica". În locul lui "nici" poate apărea "nu", tot o negație: "*tu* lemne nu", "*tu* distracție nu" sau în altă ordine a cuvintelor: "nu *tu* jurnal", "nu *tu* imprimeu, nu *tu* croazieră". Însă, nu întotdeauna schimbarea persoanei are valoare stilistică; locul pronumelui de persoana I poate fi luat de subiectul vorbitor sau

de un termen de adresare, ceea ce înseamnă că persoana I este înlocuită cu persoana a treia, conform morfologiei verbale: “*Veniți să vă sărute mama*”, “*Te crede moșul*” (Creangă). Acest uz afectiv al pronumelui *tu* se manifestă și în limba franceză: “*Les femmes te perdront, Jean!*”, (Femeile te vor pierde), “*Je me dis: pourquoi diable as-tu fait cela?*”²⁰⁴ (Îmi spun: de ce dracu’ ai făcut asta) de asemenea apare în limba italiană: “*Basta, su, smettila!*” (Gata, termină!)

Astfel, conotațiile individuale ale formelor de politețe modifică deseori comportamentul reverențial, determinând variații în normă.

Pronumele alocutiv *tu* a dobândit în ultimii ani noi valori stilistice, contribuind la întărirea conceptului de politețe pozitivă, favorizând cooperarea între indivizi și reducând distanțele între interlocutori.

5. Raportul reverențial asimetric

În cadrul sistemului pronominal al limbilor romanice, alături de formele canonice²⁰⁵ (*eu, tu, noi, voi, el, ea, ei, ele*) există formele alternative, folosite pentru exprimarea unui raport de distanță față de interlocutori. Acestea sunt formele ritualizate, care în anumite raporturi interpersonale trebuie folosite în locul celor canonice; este vorba de formele pronominale reverențiale. Utilizarea lor duce la apariția asimetriei, a non reciprocității în interacțiunea verbală.

În limbile romanice, conform realităților sociale actuale, formele nemarcate ale pronumelor²⁰⁶ alocutive sunt: *Lei, Loro* (italiană), urmate de verb la persoana a-III-a singular și plural; *dumneavoastră* (română), *vous* (franceză), urmate de verb la persoana a-II-a plural; *usted, ustedes* (spaniolă), alături de verb la persoana a-III-a singular și plural; *você, vocês, o senhor, a senhora, os senhores, as senhoras, a menina, as meninas*

(portugheză), însoțite de verb la persoana a III-a singular și plural.

Între formele alocutive reverențiale trebuie menționat și pronumele *noi* (română, italiană), *nos* (spaniolă, portugheză), *nous* (franceză), folosit în locul persoanei I singular *eu* (*noi* maiestatic, de pildă). Pronumele personal nu este însă, indispensabil în conversație; În unele limbi romanice (italiană, spaniolă, română) este suficientă morfologia verbală.

Formele alternative pot fi utilizate și pentru exprimarea unei conotații care nuanțează raporturile dintre participanții la actul comunicativ, din motive afective.

Într-un schimb verbal poate exista atât cooperare cât și conflict. Alegerea formelor lingvistice, numite “formele conflictului”²⁰⁷ și determinarea rolurilor de “câștigător” și de “învins” se face treptat prin activitatea interacțională a vorbitorilor. În cadrul raporturilor asimetrice reverențiale emfatică putem distinge politețea individualizată și politețea relațiilor oficiale, prezentă în circumstanțe solemne de ordin politic, cultural sau religios.

a) Schimbarea persoanei

Un exemplu de **asimetrie** este oferit de relația dintre medic și pacient, în spitale și azile de bătrâni, primul aflându-se într-o situație de superioritate profesională. Pacientul este, în general, un subiect pasiv, intervențiile sale verbale sunt simple reacții, răspunsuri, justificări, întăriri a celor spuse de medic. Această relație este foarte complexă, aflându-se între formal și informal și astfel deschisă unor negocieri relative tipului și nivelului de “putere” la care aspiră participanții și pe care și-o recunosc unii altora. “Conflictul” latent dintre cei doi își găsește rezolvarea prin faptul că pacientul sfârșește prin a adopta optica medicului. Avem de a face cu o relație bazată pe putere, care va fi și mai accentuată, când raportul este: bărbat

(medic)/ femeie (pacient). Astfel în general, atât în limba italiană, cât și în limba română, personalul medical (medici, infirmieri) se adresează în general bolnavilor folosind pronumele alocutiv “tu”. În schimb, li se răspunde în cea mai mare parte a cazurilor cu pronumele alocutiv reverențial *Lei* sau *dumneavoastră*. Este exemplul unui raport autoritar, prin folosirea actelor de vorbire directive. Si această relație, însă, tinde spre simetrie, mai ales în cazul în care, arată sociologii²⁰⁸, medicii sunt femei, în special, tinere. Se remarcă uneori folosirea pronumelui *tu* reciproc, urmat de verb la persoană a II-a singular, însoțit și de alți indicatori lingvistici ca: pauze, scuze, întreruperi, râsete, plâns.

Dacă medicul își concepe propriul rol superior pacientului, el va fi elementul activ, conducător în conversație. Totuși atunci când medicul (psihiatru, de exemplu) va ține cont și de alte elemente în afara celor clinice, de ordin psihologic și sociocultural, el va reacționa diferit, fiind mult mai înclinat să asculte și astfel pacientul va deveni mai curajos și se va instaura un raport mai amical și se va putea trece la un stil verbal mai familiar.

În Italia se recurge la stilul familiar în raportul medic/pacient, cu precădere în spitalele private. Folosirea pronumelui alocutiv *tu* reciproc este asociată unei atitudini mai confidentiale.

În schimb, în spitalele publice predomină atitudinea convențională, tipică contextului instituțional, chiar dacă din ce în ce mai puțin marcat; medicul se adresează pacienților cu pronumele reverențial *Lei*, iar aceștia îi răspund la fel sau cu pronumele *voi*, (urmat de verb la persoana a II-a plural), conform clasei sociale căreia îi aparțin.

În Spania medicul se adresează infirmierei întrebându-i prenumele, iar aceasta îi răspunde invariabil cu titlul profesional, “doctor”.

Același comportament lingvistic îl regăsim și în limba română; este vorba de folosirea pronumelui reverențial *dumneavoastră* și a pronumelor politeții medii: *dumneata*²⁰⁹, *mata*, *matale*, sau a pronumelui personal *dînsul* (mai ales în Moldova), cu referire la medic, perceput mai politicos decât *el* și mai familiar decât *dumnealui*.

Un medic se poate adresa unui pacient copil sau unui tânăr folosind și persoana a III-a singular a verbului, urmată de o sintagmă nominală, adoptând astfel un ton patern (situații similare apar și în cadrul relațiilor de familie): “Come *sta* oggi il nostro Franchino?”, “Cum se mai *simte* astăzi bolnăviorul nostru?”

Prin schimbarea persoanei se creează o mai mare apropiere între medic (subiectul vorbitor aflat în poziție de superioritate profesională și de vârstă) și pacient (receptorul mesajului, aflat în inferioritate). Astfel se atenuează distanțele dintre cei doi.

Utilizarea persoanei a-III-a, urmată de sintagmă nominală, intervine și în cazurile în care medicul (sau infirmierul) dorește să atenueze un reproș făcut pacientului, prin adresarea indirectă: “Spusesem *doamnei* să nu se ridice din pat”.

În mediul rural românesc, raportul medic/pacient este puțin diferit de cel din mediul urban. În general, medicul se adresează pacienților (mai ales superiorilor de vârstă), folosind pronumele alocutiv *matale*, urmat de o sintagmă nominală: “maicuță”, “bunică”, “mamaie”, “unchiule”, “tataie” etc. sau pronumele personal *tu* celor mai tineri, instaurând un raport de la superior la inferior.

În cele mai multe cazuri, pacienții răspund la fel, restabilind raportul reciproc, folosind, deci, pronumele politeții familiare. Raportul asimetric există, însă; el se face simțit în maniera de a saluta. Oamenii de condiție mai modestă salută medicii (femei sau bărbați) folosind “sărut mâna”, simțit ca

foarte respectuos, recunoscându-le astfel superioritatea profesională. Acest salut există chiar în raportul femeie (medic)/femeie (pacient), indiferent de superioritatea de vârstă a pacientei.

Într-o sintaxă familiară, și în limba franceză pronumele *il* se poate substitui pronumelui *tu*: "Est-ce qu'*il* aime bien sa maman?", tot în adresarea către un copil. În locul pronumelui personal poate apărea un substantiv ca "bébé" sau prenumele copilului.²¹⁰

Limba franceză dispune și de alte mijloace lingvistice pentru a evita folosirea pronumelui alocutiv: construcțiile impersonale și diateza pasivă: "Il est interdit de fumer ici" (aici este interzis fumatul) sau "Et alors, la thèse est finie?" (gata teza?)

Unele încălcări ale normelor reverențiale nu înseamnă violări ale regulilor lingvistice, ci au doar consecințe sociale.

De pildă, utilizarea pronumelui alocutiv *tu* în anumite contexte situaționale poate crea surpriză, jignire, tulburare, neplăcere și chiar protest. Este cazul interacțiunii dintre vânzătorii unor ghișee publice, care considerându-se într-o situație de superioritate profesională se adresează publicului (în special tinerilor, bătrânilor sau persoanelor cu un aspect mai modest), judecat "inferior", cu unul dintre pronumele alocutive ale intimității sau ale politeții familiare. Fenomenul poate fi întâlnit în toate limbile romanice.

O relație non reciprocă este și aceea dintre preot și enoriași. În general preotul va folosi în adresare prenumele acestora, dar va primi în schimb titlul de "părinte" ("padre", it. și sp.), urmat de verb la persona a II-a plural sau a III-a singular.

Un alt caz de asimetrie este întâlnit în aulele tribunalelor, în Italia, de pildă. Judecătorul se adresează imputaților și martorilor, folosind pronumele personal intim *tu*. Această manieră de adresare, deși foarte răspândită este

rezervată cu precădere persoanelor mai modeste, care, uneori răspund, după moda americană cu “Vostro Onore”. Astfel, se poate interpreta cum judecătorul, de pe poziția sa superioară, dorește intimidarea sau umilirea imputatului și a martorului. Este vorba de un fel de “dialog ultragios”; niciodată interlocutorii nu vor îndrăzni să răspundă în același fel, pentru a instaura egalitatea.²¹¹

Folosirea adresării indirecte: sintagmă nominală, urmată de verb la persoana a III-a se face simțită în toate limbile romanice în diferite situații: în restaurante (între ospătar și client); între șoferii de taxi și clienți, între vânzători și cumpărători în magazine. Este cazul întrebuirii substantivelor apelative abstracte, la singular, mai ales, însoțite de verb la persoana a-III-a singular. Modul și timpul verbal sunt de asemenea importante (de pildă, în italiană, imperfectul indicativ sau condiționalul prezent (și în limba spaniolă) determină o atenuare a cererii; sunt considerate moduri și timpuri ale “modestiei”: “Che cosa voleva (*vorrebbe*) la signora?” (italiană); “Que deseaba el señor?” (spaniolă); și limba franceză întrebuițează substantivele “Monsieur”, “Madame”, “Mademoiselle” ca substitute pentru persoana a doua plural: “*Monsieur peut en être sûr!* – afirma Nicole, la cuisinière” (Domnul poate să fie sigur de asta, afirmă Nicole, bucătăreasa) sau “Je vais lire à *Monsieur* le passage en question”²¹² (Am să citesc domnului pasajul despre care este vorba).

Si în limba română întâlnim exemple similare, dar sunt percepute ca ironice, desuete, aproape nepoliticoase: “Ce dorește doamna?”

De asemenea se întâmplă să întrebuițăm persoana a III-a singular sau plural a verbului pentru a vorbi despre sine, în cazul în care, de exemplu, cineva se denuște în invitații, în cărțile de vizită, în vederi, felicitări. Acest fenomen este prezent în majoritatea limbilor romanice la care ne referim: “*Jean Dupr  sis vous remercie pour vos bons v  ux*” sau

“Paolo Rosso La ringrazia per gli auguri”, “Ion Stănescu vă mulțumește pentru urări” sau “Monica și George vă fac cunoscută căsătoria lor și vă invită să luați parte la sărbătorirea evenimentului...”; în limba spaniolă: *El que suscribe...*” sau la telefon: “Hola, *habla Diego Sanchez...*”

Persoana a III-a a verbului, *el, ella* se poate folosi în limba spaniolă în locul persoanei a II-a în cazul unor reproșuri cu caracter familiar: “Miren, *ella*, qué cariñosa con su mamá” (uitați-vă la *ea*, ce drăguță este cu mama ei) sau “Como *está* la princesita?” (Ce mai face prințesa?), cu nuanță afectivă.

În limbaj familiar, în limba franceză, de exemplu, apelativul “bibi” poate fi un substitut pentru pronumele de persoana I, *moi, je*: “*Bibi le sait*”. În limbaj argotic, substantivele “ma pomme”, “ta pomme”, “vos pommes”, urmate de verb la persoana a III-a singular sau plural pot să înlocuiască pronumele *je, moi, tu, toi, vous*²¹³.

Persoana a III-a a verbului, urmată de substantiv abstract apare mai ales în adresarea formală față de unele persoane înzestrate cu autoritate; este una dintre manifestările relațiilor reverențiale emfactice, asupra cărora vom reveni. Este cazul scrisorilor stilului administrativ (cereri, invitații) sau cazul autorilor care se adresează destinatarilor mesajului. Acest fenomen se întâlnește în toate limbile romanice: “Il lettore farebbe bene a rileggere il primo capitolo in cui...” (italiană), sau “Cititorul ar trebui să recitească primul capitol în care...” (română).

Întrebuințarea formelor pronominale de adresare în cadrul interacțiunilor verbale sau mai precis, trecerea de la un pronume alocutiv la altul (de exemplu de la *dumneavoastră* la *tu* și invers), este încărcată în orice situație comunicativă de semnificaii multiple, de ordin psihologic în primul rând.

De exemplu, un polițist aflat într-o poziție de superioritate, conferită de autoritatea funcției sale, arestează un tânăr care se face vinovat de o infracțiune, considerată ca

nefiind foarte gravă, poate începe dialogul cu *tu*, dar aflând apoi meseria vinovatului, poate schimba maniera de adresare, folosind un pronume reverențial. Este un caz izolat, dar nu imposibil.

b) Folosirea persoanei I plural

Uneori, motive de ordin afectiv impun folosirea persoanei I plural. Acest pronume nuanțează raporturile dintre participanții la actul comunicativ, aflați în situații de inegalitate, bazată în special pe diferența de vârstă și pe puterea conferită de ierarhia familială, imprimând în același timp mesajului conotații diverse. Si acesta este un caz de adresare indirectă, care marchează un raport ce tinde spre solidaritate: *noi* (*nos*) asociativ, solidar, diferit de pluralul de “modestie” (utilizat de scriitori, personalități politice etc.). Prin acest procedeu, vorbitorul antrenează ascultătorul într-o afirmație sau acțiune, care, de fapt, sunt doar ale sale, implicându-l astfel, cu sau fără voia sa, în schimbul verbal. Este un comportament lingvistic întâlnit cu precădere față de copii: “*Ce-am învățat [noi] azi la școală?*” sau într-un magazin: “*Lăsăm [noi] 200 de grame în plus?*” sau într-un discurs public: “*Acum să trecem [noi] la altceva!*” De asemenea, când dorim să arătăm interlocutorului că o afirmație ni se pare exagerată putem folosi persoana I plural (sau forma verbală corespunzătoare) pentru a introduce o nuanță de bunăvoință: “*să nu exagerăm!*”, “*non esageriamo!*” Este vorba de un *noi* alocutiv, care apare des în limbajul colocvial pentru a exprima un reproș, de exemplu: “*Non facciamo [noi] storie!*”; în limba italiană îl întâlnim și în expresia “*come stiamo [noi]?*” (în loc de “*Come stai [tu]?*”) care devine astfel mai cordială, lipsită de orice nuanță ostilă,²¹⁴ “*Nous sommes bien palotte ce matin!*” (suntem palidă în dimineața asta); în limba franceză în limba

vorbită apare mult mai des echivalentul familiar al pronumelui *nous*, *on*: “*On va mettre ses petites chaussures et puis on ira se promener!*” (ne punem pantofiorii și mergem la plimbare), “*On est prié de s’essuyer les pieds!*” (suntem, sunteți rugați să ne ștergem picioarele), sau ca reproș indirect: “*Alors, on fait la forte tête?* (deci, continuăm cu încăpțânarea?). Uneori politețea cere ca pronumele *je* să fie asociat pronumelui *tu* în anumite enunțuri cu conținut negativ, când interlocutorul este reponsabil cu o înfrângere, cu o pierdere: “*On a perdu*”, în loc de “*Tu as perdu*”. Alteori, pronumele *tu* este asociat pronumelui *je* în enunțurile cu conținut pozitiv, când meritul unei victorii privește doar locutorul: “*On a gagné*”, în locul unei expresii mai puțin politicoase: “*J’ai gagné*” (eu am câștigat). Catherine Kerbrat-Orecchioni numește înlocuirea pronumelor *je* și *tu* cu *nous* *inclusiv*, “*nousoiment*”²¹⁵. De asemenea persoana I plural este un fel de *tu* multiplu, pseudoinclude vorbitorul: de exemplu, medicul se adresează pacientului cu întrebarea: “*Cómo andamos hoy?*”(sp.) (Cum *ne simțim* astăzi?); astfel medicul participă la îngrijorarea bolnavului tratat²¹⁶ sau “*Nos hemos equivocado de cura*” (ne-am înșelat, *noi=medicul* am greșit tratamentul).

În limba română, o variantă a pronumelui *noi* de modestie, specifică vorbirii populare, este relevată de Iorgu Iordan.²¹⁷ Este folosit de un singur individ, care nu dorește să-i solidarizeze pe ceilalți cu sine, ci exprimă o părere personală, redată sub forma pluralului pentru mărirea valorii sale subiective. Această manieră de adresare este specifică și firească în vorbirea țaranului român, care se simte într-o situație de inferioritate socială față de un preot, de exemplu: “*Sărutăm [noi] dreapta, părinte!*” sau față de altă autoritate sătească: “*Nu suntem chiar așa de prost, domnule!*” Atitudinea aceasta este uneori și azi prezentă.

c) Folosirea persoanei a II-a plural

În limba italiană, pronumele alocutiv *voi*, urmat de verb la persoana a-II-a plural, adresat unei singure persoane este destul de rară astăzi. Este doar o modalitate regională meridională, percepută ca învechită. Se mai întâlnește doar între preoții de țară, într-un raport reciproc. După cel de al doilea război mondial, în Italia pronumele *voi* a suferit o mare decădere în uz. Cum am arătat într-un capitol precedent, era considerat un pronume fascist, impus prin forță. *Voi* era singurul pronume întrebuințat între funcționarii fasciști, în partidul fascist și în lumea spectacolului. *Lei* era simțit ca străin, apărut în italiană sub influență spaniolă în secolul al XVI-lea. Era o dorință de întoarcere a limbii italiene la tradiție. *Voi* apare astăzi doar în unele traduceri din literatura engleză, franceză și rusă din anumite epoci istorice și culturale pentru a reda cât mai fidel spiritul perioadei respective sau pentru a fi în concordanță cu uzul pronumelor alocutive din limbile respective.

În limba italiană, pronumele *voi*, întrebuințat astăzi ca plural atât al formei canonice *tu*, cât și al formei alternative *Lei* este un fenomen unic în rândul limbilor romanice. *Voi* plural este maniera cea mai frecventă de adresare în limbajul publicitar televizat, radiodifuzat sau scris; de asemenea, apare în rețetele culinare și uneori, alături de modul infinitiv cu valoare de imperativ, în instrucțiunile pentru folosirea medicamentelor sau a altor produse:

“*Volete[voi] che i vostri Profumallegri durino di più ? Lasciate [voi] i profumatori nel sacchettino, forandolo, perché la fragranza si possa diffondere. Non mettete [voi] i profumatori a contatto diretto con abiti e biancheria.*” (Indicații pentru folosirea unui produs de lemn de fag parfumat pentru dulapuri de haine.)

“Prima dell’uso, *leggete [voi]* con attenzione tutte le informazioni contenute nel foglio illustrativo. Questo è un medicinale di automedicazione che *potete [voi]* usare per curare disturbi lievi e transitori facilmente riconoscibili e risolvibili senza ricorrere all’aiuto del medico. Per maggiori informazioni e consigli *rivolgetevi [voi]* al farmacista. *Consultate [voi]* il medico se il disturbo non si risolve dopo un breve periodo di trattamento.” (Indicații pentru crema “Canestan”)

În limba italiană, în prospectele de utilizare a medicamentelor, de exemplu, se întrebuintează verbul la modul infinitiv:

“Prima di utilizzare per la prima volta l’inalatore, *togliere* il cappuccio protettivo stringendolo leggermente ai lati, *agitare* energicamente l’inalatore, quindi *spruzzare* due dosi nell’aria per accertarsi che funzioni.” (Indicații cu verbele la modul infinitiv pentru folosirea inhalatorului “Ventolin”).

În unele părți ale Italiei, în special în sud, pronumele *Lei* și *voi* sunt contextuale și pot alterna în același discurs, mai ales în limbajul persoanelor mai puțin instruite. Uneori apare forma *Lei*, alături de verb la persoana a II-a plural, ceea ce demonstrează lipsa de obișnuință în folosirea formei reverențiale. *Lei* are o conotație de superioritate față de *voi*.

Voi și adjectivele posesive corespunzătoare se întrebuintează de asemenea în corespondența comercială: “Riscontriamo la *vostra* pregiata del 6 u.s. per comunicarvi...” În acest caz folosirea pronumelui *voi* se explică prin faptul că cea mai mare parte a relațiilor de muncă implică firme, societăți, grupări financiare sau o pluralitate de colaboratori.²¹⁸

Limba spaniolă a păstrat pronumele *vos* doar pentru imitarea limbajului arhaic și în limbajul religios (când poate apărea în alternanță cu *tu*, deși s-a extins forma intimă foarte mult).

În evul mediu *vos* a fost substituit de *vosotros*, astăzi pluralul de “confianza”. În stilul înalt apare în adresarea față de șefi de stat, ambasadori și alte personalități oficiale.

În schimb, în America Latină²¹⁹, *vos* însoțit de verb la persoana a-II-a singular, este pronume alocutiv între egali, între membrii familiei și între prietenii intimi.

Limba portugheză, vorbită în Portugalia, înregistrează pronumele *vos* folosit doar cu nuanță ironică, regional, în vorbirea comună, în limbajul arhaic și în stilul oratoric. Pronumele *vos* urmat de persoana a II-a plural a verbului a ieșit aproape total din uz. În locul acestuia se întrebuințează *vocês* însoțit de verb la persoana a III-a plural: “*Vocês. são portugueses?*” (în română traducem cu verb la persoana a II-a plural - *sunteți portughezi*)

În Brazilia, *vos* este întrebuințat în limba vorbită actuală, urmat de persoana a III-a singular a verbului și cu precădere în poezia populară. În locul pronumelui personal *tu* se folosește pronumele reverențial *você* (dumneata, dumneavoastră) urmat de verb la persoana III-a singular: “*você não está preparado para o exame*” (Dumneata nu ești pregătit pentru examen). În combinație cu apelativul “*Vossa Excelencia*”, însoțite de verbe la persoana a II-a plural, este îndreptat spre înalți reprezentanți ai statului sau fețe bisericești (cardinali).²²⁰

6. Pronumele alocutive de distanțare

a) Expresia politeții individualizate

În limba portugheză *você*, urmat de verb la persoana a III-a singular alternează cu formele oblice: *te*, *contigo*, *ti*, *teu*, *tua*, *consigo*. *Consigo* este considerat foarte modern; ar putea fi situat între *tu*, *você* și *Vossa Excelência*. Adesea este

întrebuințat pentru a evita repetițiile: "*Você não veio aminha festa, estou muito zangado consigo.*"²²¹

În Brazilia, *você* este foarte răspândit ca pronume al adresării intime, în familie și între persoane de aceeași vârstă sau de aceeași categorie socială, între colegi sau în raportul de non reciprocitate, de la un interlocutor superior spre inferior. Devine o ofensă dacă este utilizat față de o persoană căreia i se datorează respect. *Você* apare de asemenea în anunțurile publicitare, în presă. Prin largă sa răspândire tinde să înlocuiască pronumele *tu*. Un copil adresându-se animalelor, florilor, obiectelor întrebuițează *você*, alături de verb la persoana a III-a singular.²²²

La plural, *vocês* este și pluralul actual al lui *tu*, cât și al lui *você*, alături de pronumele *vos*. Există o serie de variante ale pronumelui alocutiv *você*, forme ale politeții atenuate: *vossemecê*, *Vossê*, *Vossem'ce*, *Vomece*, *momecê*, *mecê*, *cê*, considerate intime și familiare, folosite de oamenii simpli, în general aparținând unor generații mai în vârstă.

În limba franceză actuală,²²³ pronumele *vous*²²⁴ marchează distanța, respectul, atunci când desemnează o singură persoană. Folosirea sa este atât de răspândită, încât poate fi "superior", fără a indica deferența. Este întrebuițat aproape în toate contextele situaționale pe care le-am prezentat mai sus, pentru celelalte limbi romanice. Numai în relațiile de familie, pronumele *tu* poate fi perfect politicos sau în școli și universități, între elevi (studenți). *Vous* este și pluralul lui *tu* și în același timp este și pronume reverențial; astfel, limba franceză prezintă sistemul pronominal reverențial cel mai simplu dintre toate limbile romanice.

Un statut special are în limba franceză pronumele *on* (substantivul latin "homo" a dat naștere lui "on"), în același timp personal și nehotărât. Este mereu folosit ca subiect gramatical; poate înlocui orice pronume personal, *je*, *tu*, *nous*, *vous*, fără deosebire de gen, de persoană și de număr. Ne

interesează situațiile în care *on* poate substitui un pronume alocutiv: *tu* sau *vous*: “Eh bien, *on* m’écoute?”, “*On* est prêts?” (adresate unui grup sau unui singur individ), “*On* se tait!” “Quand part - *on*?” Numai intonația și punctuația indică adresarea spre unul sau mai mulți interlocutori (*on* exclus). Altfel, ar fi fost simple aserțiuni, iar pronumele *on* ar fi fost interpretat ca inclus în grupul interlocutorului. De asemenea, doar contextul situațional poate să indice referentul: “*On* a fini par venir!” Dacă fraza a fost pronunțată cu o anumită intonație, *on* poate fi interpretat ca *tu* și ca *vous*, ca pronume alocutive.²²⁵

În limba română formele de ceremonial au generat formele reverențiale de uz standard: *domnia voastră* a dus la *dumneavoastră*, fenomen similar cu limbile spaniolă (*Vuestra Merced* a generat *vosted* și apoi *usted*) și limba portugheză (*Vossa Mercê* care s-a transformat mai întâi în *Vossamecê*, apoi în *vomecê*, *você*). *Dumneavoastră*, urmat de verb la persoana a II-a plural este pronumele alocutiv reverențial folosit în mod curent între adulți care se cunosc de puțin timp sau care se respectă (reciprocitate) sau de la inferior la superior, în cadrul relațiilor de non reciprocitate, în cazul superiorității de vârstă, socială sau profesională. Este și pronumele utilizat în mesajul publicitar, în alternanță cu *tu*, care suscită încă proteste și nedumerire, mai ales în rândul generațiilor mai vârstnice.

În limba italiană, pronumele *Lei*, urmat de verb la persoana a III-a singular este forma obișnuită de adresare reverențială. Un alt pronume mai formal, rar și limitat la proza administrativă, birocratică este *Ella* care apare numai în situații oficiale, în stilul înalt, în special, în scrisori. De exemplu: “*Ella* è tenuta alla regolare comprensione del canone”, citat de Renzi²²⁶. Acordul participiului trecut al verbului poate fi atât la feminin cât și la masculin: “*Ella* è pregato (a) di presentarsi in segreteria” (Sunteți rugat,ă să vă prezentați la secretariat); “*Ella*, Signor Ministro, ha voluto onorare di una *Sua* visita la nostra comunità”. Acordul la

feminin este normal în tradiția literară: "*Ella stessa*" (Pavese - *Lettere*)²²⁷.

Trebuie amintită forma *caro Lei* care exprimă ironie și nerăbdare și ar pute fi tradusă în română cu "dragă domnule, doamnă", "stimate domn, doamnă": "Ma io, *caro Lei*, ho delle buone ragioni per non esser contenta" (Moravia). Adjectivul "caro" poate să însoțească și alte pronume alocutive: "Fermatevi, *caro voi*, gli dissi, oggi non ho pranzato, fatemi portare qualche cosa" (Pellico); "*Caro te*, stento quasi a respirare"...²²⁸

La plural există forma *Loro*; acordul participiilor trecute și al adjectivelor este la feminin sau la masculin, în funcție de subiect. *Loro* nu este folosit în limba vorbită, ci doar în registrele înalte ale limbii într-un cadru foarte respectuos există formula "Lorsignori"; astăzi este exagerat de solemnă sau exprimă ironie, ton de glumă și, în general, este evitată. Forma feminină "Lorsignore" este desuetă. În varianta regională meridională a limbii italiene este foarte răspândită o regulă generală care prevede ca unic pronume de politețe pronumele alocutiv *tu* și poate fi însoțit de diferiți termeni apelativi, atunci când se exprimă respect față de interlocutori străini, mai în vârstă, aflați într-o situație de superioritate profesională: "Ciao, *Signoria!*" sau "*Signoria*, mi *fai* il certificato?" (într-un birou public) O altă regulă prevede alternanța dintre pronumele *tu* și *voi*, însoțite de verbe la persoana a II-a singular și plural: "Professore, mi *dite* come si fa il problema?" Pronumele reverențial *Lei* nu există în dialectele meridionale. Pronumele personal *tu* și formele de respect alternau între membrii unei familii numeroase; astfel și astăzi nepoții folosesc față de bunici forme de respect și uneori soția față de soț. În ultimul timp, însă, se generalizează utilizarea pronumelui intim, *tu* atât în familie, cât și în raporturile extrafamiliale, renunțându-se din ce în ce mai mult la formele arhaice de respect.²²⁹

În limba spaniolă din America Latină, pe măsură ce *usted* își extindea uzul, *vosotros* a fost înlocuit de *ustedes*, consolidând acest pronume ca formă normală de plural pentru *tu*; Spania, în schimb, menține diferența între pluralul de "respect", *ustedes* și pluralul confidențial *vosotros*. O particularitate a limbii spaniole este utilizarea posesivului, deoarece, *su* este ambiguu, se reia și forma pronumelui substituit: "*su madre de usted*". În America Latină s-a produs eliminarea posesivului *vuestro*, considerat afectat: "casa de *ustedes*".

O senhor, a senhora, a menina (pentru o tânără necăsătorită, "domnișoară"), *Vossa Excelência* sunt forme alocutive de distanță și de curtoazie în limba portugheză, folosite în adresarea față de cei mai în vârstă. În Portugalia, când o persoană se adresează cuiva care posedă un titlu profesional sau exercită o anumită funcție, se obișnuiește să se însoțească formele *o senhor, a senhora* de respectivul titlu sau funcție: "*o senhor doutor*", "*a senhora doutora*", "*o senhor engenheiro*", "*o senhor ministro*", "*o senhor presidente*". Mai rar, se utilizează în adresare titlul neprecedat de "senhor", "senhora", ceea ce este considerat mai puțin respectuos decât forma anterioară: "*o doutor*", "*o engenheiro*".

De asemenea, se întrebuițează *si* reflexiv, considerat modern și foarte respectuos: "*Isto é para si*" (Acesta este pentru dumneavoastră). Aceste forme, cu variantele *sior, sor, sô, sê, sen, nhor* etc, alături de verb la persoana a-III-a singular corespund formei italiene *Lei*, celei spaniole *usted*, românescului *dumneavoastră*, și francezului *vous*. Față de cunoscuți sunt considerate exagerate.

În Brazilia, utilizarea acestor pronume apare doar în registrul formal.

b) Expresia politeții solemne

În anumite circumstanțe solemne, de ordin politic, cultural sau religios, relațiile reverențiale sunt caracterizate de emfază, prin mărirea distanțelor dintre superior și inferior. Acest tip de reverență este numit “ceremonial”. Formele pronominale de ceremonial emfatic marcate sunt utilizate numai în registrul formal al limbilor romanice. Este vorba de folosirea unor substantive abstracte desemnând presupuse calități ale personalităților respective. Astfel, în **limba română**, “Sfinția voastră” față de reprezentanții bisericii; “domnia voastră”, față de șefi de stat, “Majestatea voastră”, față de regi etc. sunt urmate în general de verb la persoana a II-a plural sau a III-a singular (cu excepția cazului vocativ). Gradul maxim de reverență este exprimat de apelativele: “Cuvioșia voastră”, “Măria Ta”, “Excelența Sa”, “Înălțimea voastră”, “Alteța voastră”.

Limba spaniolă prezintă formele: “Vuestra/Su Excelencia” (forma prescurtată este “vuecencia”, folosită față de monarhi, șefi de stat, miniștri plenipotențiali, ambasadori, arhiepiscopi; “Vuestra Majestad”, în adresarea față de monarhii spanioli; “Vuestra(s) Alteza(s)” pentru regi, mai ales prinți și infante; “Vuestra/Su santidad”, față de papă, “Vuestra/su Eminencia pentru cardinali; “Vuestra/su Señoria” (forma prescurtată, “usía” apelativ adresat nobililor, cardinalilor, episcopilor și arhiepiscopilor, judecătorilor, oamenilor legii.

În **limba italiană**, în special în cereri și invitații de stil birocratic și solemn apar apelativele următoare: “Signoria Vostra”, “Vostro Onore” (în stilul juridic, față de judecători), alături de verb la persoana a III-a singular. Forma “Signoria Vostra” apare și la plural: “Le Signorie Vostre”, în special prescurtată SSVV²³⁰. Persoana a III-a era la origine doar reluarea anaforică a unei expresii nominale reverențiale: “Signoria (Magnificenza) Vostra”.

Limba portugheză prezintă cea mai mare varietate de apelative abstracte, cu precădere în limba vorbită în Brazilia. Acest fapt demonstrează că societățile statice, închise, întemeiate pe puterea socială, mediile ierarhice militare și clericale sunt caracterizate de forme ale politeții negative, care tinde spre menținerea distanțelor. Unele dintre apelative sunt: "Vossa Paternidade", "Vossa Santidade", (față de Papă); "Vossa Reverendissima" (față de călugări, superiori ai unor ordine religioase), "Serenissimo Senhor" (față de principi, duci), "Vossa Magnificência" sau "Mgnifico Reitor", (față de rectorul unei universități), "Vossa Excelência" (Reverendissima), cu derivatele: "Vosselência", "Vossência", (față de episcopi și arhiepiscopi), "Vossa Eminência", față de cardinali, "Vossas Excelências" (față de șefi de stat în cancelarii, ministere, față de guvernatori, înalți funcționari, chiar față de generali, senatori, episcopi și față de orice persoană căreia i se datorează un mare respect); "Vossa Majestade", (față de regi, împărați), "Vossa Alteza" sau "Serenissimo Senhor", (față de principi, duci), "A Senhoria" (se utilizează în adresarea față de ofițeri, colonei, directori).²³¹ În Portugalia, în schimb, apelativul "Vossa Senhoria" este puțin folosit astăzi și tinde să dispară. Este prezent doar în acte oficiale, în armată (de exemplu, în raportul ofițer/căpitan).

Forme ironice sunt considerate: "Vossa Sapiência", "Vossa (Sua) Insolência" sau "Insêlecia", în adresarea față de soț, în glumă, urmate de verbe la persoana a III-a singular, ("Não agrada a *sua inselência*?") "Vossa Reviradissima", "Vossa Baixeza"²³² etc.

În adresarea față de persoane de rang înalt, în **limba franceză**, în locul pronumelui *vous* sau uneori, lângă acest pronume, se adaugă titlul (funcția) personalității respective: "Votre Sainteté"²³³, "Votre Majesté", "Votre Excellence", iar verbul este la persoana a III-a singular în alternanță cu

persoana a II-a plural. În cazul adoptării unui ton de extremă reverență, lângă substantivul abstract se folosește un alt posesiv: “Sa Majesté” sau alt substantiv: “Monsieur l’Ambassadeur”, “Monsieur le Ministre”, iar în ceea ce privește persoana, acordul se face la persoana a III-a (cu excepția cazului vocativ, ca și în limba română): “Très Saint Père”, “Sire”, “Madame”, “Monseigneur”²³⁴: “*Vos Eminences ont la permission de se retirer*”, “J’ai le regret d’annoncer à *Votre Majesté* que son voyage s’arrête ici”²³⁵ În adresarea către persoane de rang înalt, se recurge în limba franceză la perifraze formate din determinantul posesiv de persoana a II-a și un substantiv, iar când au funcția sintactică de subiecte, implică folosirea verbului la persoana a III-a singular sau plural. Putem să folosim perifrazele cu determinantul posesiv de persoana a III-a și în acest caz, posesivele sau pronumele personale sunt la persoana a III-a: “Il ne tiendrait qu’à *Sa Majesté* de s’entourer d’hommes dévoués” (Depinde doar de Majestatea Sa să se înconjoare de oameni devotați).

c) Normă și abatere de la normă

În situațiile în care folosirea unui anumit pronume alocutiv nu este acceptată de interlocutor, se poate vorbi de violarea normelor lingvistice (norma reprezintă o medie a realizărilor acceptate de o anumită comunitate lingvistică).

În capitolele precedente ne-am referit deja la unele contexte situaționale în care apare acest fenomen (spitale, universități, magazine). Cazuri similare se fac simțite și în planul relațiilor interpersonale. Persoane care se cunosc de puțin timp, dar care lucrează împreună, de exemplu, pot trece cu ușurință de la un pronume reverențial la pronumele intim. Faptul survine, în general, la propunerea superiorului de vârstă sau aflat în poziție de superioritate profesională și socială, față de inferior. Există și situația inversă. Menținerea pronumelui

alocutiv reverențial poate însemna un refuz al schimbării relațiilor dintre interlocutori și o invitație la păstrarea distanțelor. Această atitudine poate chiar jigni. Trecerea de la pronumele intim la cel reverențial este frecventă în scrisori și comunicări oficiale; în aceste împrejurări, contează mai puțin persoanele și mai mult funcțiile lor.

În unele ocazii speciale, oficiale, schimbarea pronumelui alocutiv poate părea forțată și falsă, deoarece s-ar dori astfel ascunderea relațiilor dintre persoanele respective. O soluție ar fi evitarea adresării directe.

Este de asemenea frecventă situația în care, persoane care se cunosc din copilărie, ajunse în poziții sociale diferite, întâlnindu-se după o anumită perioadă de timp, nu mai pot stabili un raport amical și au tendința de a folosi un pronume alocutiv reverențial. Uneori, însă, este ideală adresarea indirectă, prin folosirea unui substantiv apelativ sau a titlului (funcției) persoanei respective.

Relațiile de rudenie, de prietenie sau apartenența la un partid politic, o pasiune sportivă comună pot fi alte motive pentru manifestarea familiarității, motive valabile și active în mai mare măsură între tineri decât între persoane mai vârstnice sau decât între “superiori” și “inferiori” (de vârstă, de sex, de poziție socială sau profesională).

Totuși, în ultimul timp, relația dintre “superior” și “inferior” a căpătat noi dimensiuni. De exemplu, într-un hotel (restaurant), un client nu va folosi aproape niciodată pronumele alocutiv *tu* în adresarea față de personal. Tendința apare, de asemenea, în unele instituții totale; de pildă, în Italia²³⁶ este stabilit prin lege (1952) ca personalul din închisori să se adreseze deținuților folosind pronumele de distanță *Lei*. Un alt regulament, din 1975, prevede utilizarea persoanei a-III-a singular, *Lei*, între militarii de grade diferite.

Trecerea bruscă de la pronumele reverențial la *tu* însoțit de insulte, poate fi o manieră de a pune capăt unei discuții

neplăcute și poate fi echivalentă cu ruperea raporturilor dintre participanții la interacțiunea verbală. Pronumele *tu* poate fi astfel perceput ca o jignire.

Singura direcție în care poate avea loc, în mod normal, trecerea de la un pronume alocutiv la altul este de la formele reverențiale la cele familiare, intime. Există și cazuri rare, când din pricina alterării relațiilor de bună colegialitate se poate trece de la pronumele intim *tu* la *dumneavoastră*; persoana aflată într-o poziție ierarhică superioară îi impune unui subaltern (deși pentru un timp i se permisesese adresarea familiară) numai folosirea pronumelui reverențial în adresare.

În paralel, pronumele poate fi însoțit de utilizarea reciprocă a prenumelor sau a numelor de familie (în cazul apariției unor relații intime, de rudenie sau a unor noi raporturi la locul de muncă).

Trecerea de la pronumele reverențial la *tu* sau invers implică o intenție deosebită, de ordin afectiv: “*Laissez-moi veiller et vous, dormez; et rêve à moi, je t’en prie*”²³⁷ În limba franceză unele expresii care folosesc pronumele personal reverențial *vous* pot fi fixe (figées) și se întrebuintează atât în adresarea față de o persoană căreia i se datorează respect cât și într-un raport de amicitie: “*Tu vas rudement me manquer, savez-vous?*” De asemenea unele proverbe folosesc persona a II-a singular: “*Aide-toi, le ciel t’aidera*” (Ajută-te singur și cerul te va ajuta). Pentru o mai mare expresivitate putem implica fictiv interlocutorii utilizând persona a II-a singular sau plural pentru descrierea unei meserii, de exemplu: “*Pour faire un manche d’outil, vous prenez (tu prends) du hêtre bien sec*”²³⁸, caz în care în limba italiană s-ar folosi persona a treia impersonal “*si prende*”, ca și în limba română, “*se ia*”. În limbaj popular, pentru marcarea unei situații afective se poate recurge la amestecul de persoane; de pildă, în fața unui infinitiv sau a unui gerunziu se utilizează pronumele reflexiv de persoana a III-a pentru a desemna aceeași ființă: “*Qu’est-ce*

qui *vous* empêche de *divorcer* et de *se remarier*?" (ce vă împiedică să divorțați și să vă recăsătoriți?- în limba franceză se folosește infinitivul verbelor: *divorcer* și *se marier*)

În concluzie, paradigma **pronumelor alocutive și de reverență în limbile romanice** cuprinde astăzi următoarele forme-titlu:

În literatura de specialitate privind **limba italiană** contemporană sunt înregistrate următoarele forme ale pronumelor alocutive și de reverență:

Nominativ singular- *tu*, plural - *voi* (însoțit de verb la persoana a II-a plural)

-*Lei, Ella* (însoțite de verbe la persoana a III-a singular)

plural - *Loro* (însoțit de verb la persoana a III-a plural)

Limba spaniolă prezintă următoarele forme pronominale alocutive:

Nominativ singular - *tú*, plural - *vos, vosotros* (plus verb la persoana a II-a plural)

- *Usted* (plus verb la persoana a III-a singular)

- plural - *Ustedes* (plus verb la persoana a III-a plural)

Limba portugheză se caracterizează printr-un evantai diversificat de forme:

Nominativ singular - *tu*, plural - *vós* (urmat de verb la persoana a II-a plural)

-*vocês* (urmat de verb la persoana a III-a plural)

- *você* (urmat de verb la persoana a III-a singular),

- *vocês* (urmat de verb la persoana a III-a plural).
- *(o)Senhor, (a)Senhora* (însoțite de verb la persoan a III-a singular),
- *(os)Senhores, (as)Senhoras* (însoțite de verb la persoana a III-a plural).

Limba franceză prezintă sistemul pronominal alocutiv cel mai simplu:

Nominativ singular - *tu* (plus verb la persoana a II-a singular)

plural - *vous* (plus verb la persoana a II-a plural).

Limba română prezintă forme pronominale pentru persoanele a II-a și a III-a, diferite în funcție de gradul de reverență și de specificul situației de comunicare, parțial variabil în funcție de gen, număr și caz:

Persoana a II-a

N. sing. - *tu*

N. pl. - *voi*

N.sg./pl.- *dumneavoastră*

(urmate de verbe la persoana a II-a singular sau plural)

Persoana a III-a cuprinde următoarele forme:

N. sing. - *dumnealui* (masculin),

dumneaei (feminin)

N. pl. - *dumnealor*

Limba română prezintă și pronumele personale de persoana a III-a: *dînsul, dînsa*, expresie a politeții medii și întrebuințate astăzi regional.

IV. PARTEA A-III-A

* PRONUMELE ALOCUTIVE ȘI DE REVERENȚĂ ÎN LIMBAJUL PUBLICITAR

Moto: "*La pubblicità è una cosa seria*"²³⁹

1. Locul limbajului publicitar

Publicitatea²⁴⁰ este fără îndoială unul dintre fenomenele cele mai caracteristice ale erei contemporane care ne influențează modul de a trăi și de a gândi. Este o componentă importantă a culturii de masă, care asigură fluxul producției spre cumpărători și atrage atenția asupra unor produse și servicii de calitate.

Ca fenomen social²⁴¹ propune indivizilor noi moduri de viață și asigură diversificarea existenței în colectivitate, în același timp produce frustrări celor aflați în imposibilitatea de a-și procura produsele popularizate, favorizând și alimentând conflictele sociale. Publicitatea oferă omului o lume fantastică, fără lupte, fără suferințe și înfrângeri. În acest fel ea dezvoltă optimismul și încrederea în sine, propune individului o imagine mai bună a lui însuși, îl face să se identifice cu un model superior de viață. Astfel, persoane reale, cunoscute, ca: actori, cântăreți, top modele, sportivi sau tipuri umane ca femeia fatală sau cowboy-ul sunt percepute ca exemple și incită spre imitație. Mitul tinereții furnizează una dintre ideile cheie ale mesajului publicitar. Tot ceea ce este tânăr, nou și modern este conotat pozitiv. Suntem invitați într-o lume a abundenței, a forței și a curajului, a aventurii și a libertății.

Fenomenul publicitar este unul dintre produsele celei mai mari puteri moderne a popoarelor, puterea economică. Reclamele dau impresia unei vitalități productive, unei înfloriri

economice și dacă lipsesc, viața pierde din strălucire, nu mai este palpitantă, nu se mișcă în ritm alert, iar nivelul economic și social este, cu siguranță mai scăzut. Economia de piață nu poate funcționa fără reclamă. În ultimii ani România a fost invadată de acest fenomen atât de atrăgător al vieții moderne.

Sarcina publicității este să creeze dorința achiziționării și să ofere posibilitatea alegerii unui produs din mulțimea existentă pe piață; așadar ea informează, argumentează și popularizează, modifică părerile, creează un limbaj, chiar face "poezie".²⁴² Fiind un spectacol în sine, mai mult decât să informeze, ea tinde să surprindă și să convingă. Este un ghid al consumatorului și trebuie să provoace publicul să cumpere un număr tot mai mare de lucruri moderne și mereu "utile".

Între intenția mesajului publicitar și perceperea lui de către publicul larg apare uneori neconcordanță. Efectele publicității asupra consumatorilor virtuali nu pot fi prevăzute cu exactitate, deoarece diversitatea socială și culturală implică varietatea reacțiilor. Chiar și o înțelegere perfectă a mesajului nu garantează eficacitatea comunicării, pentru că aceasta depinde și de alți factori, ca: atenție, interese, posibilități de identificare, adeziune la imaginea propusă care acționează diferit în funcție de vârstă, sexul, personalitatea și cultura consumatorilor.

Publicitatea nu creează și nu condiționează nevoile oamenilor, ci se mulțumește să le confirme și să le consacre. Este un fel de ecou social. Reprezintă, în mare măsură aspirațiile sociale, culturale și economice ale publicului larg și se constituie în modele de referință. Un exemplu edificator îi aparține lui Ceserani.²⁴³ Între 1948 și 1973 s-a produs o adevărată revoluție a produselor cosmetice. A crescut mult consumul de spumant de baie în defavoarea sărurilor. În acești 25 de ani, se pare că italienii au învățat să se spele mai des, iar meritul este datorat publicității. Modelul era oferit de modul de viață american. În spoturile publicitare dedicate spumantelor și

șampoanelor de baie, actrițe renumite ale epocii repective își întrețineau frumusețea corpului cu produse cosmetice noi. Publicitatea vehiculează ideologia sistemului dominant, exploatând toate mijloacele posibile pentru a putea supune și condiționa individul.

În ultimul deceniu au avut loc schimbări determinate de factori de ordin socio - economic: a crescut numărul întreprinderilor și agențiilor care, convinse de valoarea și de rolul publicității, au început să se orienteze din ce în ce mai mult spre produse secundare, care nu sunt de primă necesitate și acest fapt pune noi probleme de comunicare. S-a schimbat de asemenea structura societății: familiile numără mai puțini membri, iar unele grupuri sociale lipsite în trecut de posibilități materiale de cumpărare (tinerii și în țările occidentale reprezentanții vârstei a treia, pensionarii) devin astăzi mai puternice și mai importante.

Mijloacele de transmitere a mesajului publicitar se diversifică în raport cu multiplicarea cantitativă a rețelilor de difuzare radiofonică și de televiziune. Agențiile publicitare se specializează și produc mesaje îndreptate spre anumite sectoare ale pieței de consum. Publicitatea a devenit unul din pilonii de susținere a mijloacelor moderne de comunicare în masă. În Italia, în Franța și recent, în România, publicitatea finanțează presa, spectacolele sportive, distractive, jocurile televizate. A devenit astfel, aparent, o garanție a democrației și a fericirii. În Italia, arată Vance Packard²⁴⁴, se cheltuiesc anual 500 milioane de euro pentru publicitate în presa scrisă, pentru agențiile publicitare, pentru mesajele radio-televizate; din această sumă, 60% folosește presa. Publicitatea dezvăluie de asemenea și stereotipurile culturale și ideologice ale unei epoci. Mesajul publicitar, datorită frecvenței lui (de exemplu, repetarea unui spot în mod obsesiv înaintea începerii unui meci de fotbal), uneori obosește, profită de slăbiciunile și sentimentele oamenilor; în acest sens François Brune îl numește "opiu

cotidian”²⁴⁵ pentru că determină indivizii să creadă că întreaga lor viață socio – culturală poate fi satisfăcută de consum.

Și în România mesajele publicitare s-au diversificat mult încercând să se alinieze modelelor occidentale. În mijloacele de transport în comun, pe portierele taximetrelor, pe ușile magazinelor, și în alte locuri, sute de reclame colorate ne obligă să le luăm în seamă; suntem împresurați de semnale, iar viața noastră este în mod evident normată de clipurile și afișele publicitare. Avem iluzia că trăim într-o lume a abundenei, alta decât lumea reală și ne încredem în ceea ce publicitatea ne prezintă ca real, ca adevărat.

2. Din istoria publicității

Fenomenul publicitar în România a fost sporadic studiat²⁴⁶. Vom prezenta câteva din caracteristicile limbajului publicitar, insistând asupra folosirii pronumelor personale alocutive și a inovațiilor lexicale în italiană, română și franceză. Precizăm că în limbile franceză și italiană au fost scrise lucrări de specialitate numeroase.

Reclama publicitară a fost folosită din cele mai îndepărtate timpuri. S-a născut din nevoia de a prezenta și de a vinde marfa, din instinct comercial pentru mărirea clientelei și lărgirea pieței.

Un teoretician și istoric al publicității, I. Aubeyzon Llopis²⁴⁷, catalan, situează primele manifestări publicitare pe vremea Evei și a lui Adam; șarpele cu renumitul măr a captivat la început atenția, apoi interesul și, în sfârșit, voința Evei, cele trei etape ale activității publicitare.

Cele mai vechi forme de manifestare sunt greu de identificat; la Pompei, de exemplu au fost descoperite inscripții ce pot fi considerate publicitare, de exemplu; în perioada medievală orașele au jucat un rol însemnat în răspândirea

informației publicitare. Foile volante și afișele au apărut odată cu descoperirea tiparului. Se pare că primul anunț publicitar tipărit ar fi apărut în Anglia în secolul al XV-lea și prezenta punerea în vânzare a unei cărți de rugăciuni.²⁴⁸ Alte anunțuri în Anglia, la Londra, informau asupra vânzării sau închirierii unor imobile. Apoi, cu apariția căilor ferate, cu dezvoltarea tot mai accentuată a presei scrise, procesul de difuzare a informației a fost îmbunătățit și astfel a crescut și numărul celor interesați de a-și promova produsele.

Ca organizație tehnică pe scară largă, însă, ca putere de manifestare, publicitatea este de dată recentă. Începutul secolului al XX-lea marchează debutul unui nou mediu propice publicității, radioul. Multe dintre emisiunile radiofonice de succes erau realizate de agențiile de publicitate. Anii următori vor aduce pe scena activităților publicitare un agent deosebit, televiziunea, care va reuși să le întrecă pe toate celelalte.

Publicitatea nu putea să se afirme și să se dezvolte fără avântul industrial, fără fabricarea obiectelor în masă, într-un ritm tot mai alert, fără nevoia pregnantă de a comercializa un număr tot mai mare de produse în locurile cele mai îndepărtate. Astăzi publicitatea folosește toate mijloacele moderne pe care le are la îndemână: vizuale, auditive și audiovizuale (cinematograful și televiziunea). În forme spectaculoase invadează peisajul nostru de zi și noapte, ne însoțește în călătorii, intră în buzunarele noastre odată cu chibriturile sau țigările. Activitatea publicitară este astăzi considerată a cincea putere în stat. În America este numită "spada Americii", pentru ajutorul real în lupta de expansiune economică pe piețele mondiale. Americanii au fost primii profesori ai occidentului în arta publicitară. Un important canal de difuzare a mesajelor publicitare este internetul, care prezintă un avantaj în plus: cititorii pot, prin clik-uri repetate să afle detalii despre produsul promovat. În cadrul unor programe de ciber-marketing, imaginea, culoarea, mișcarea și sunetul pot atinge performanțe

înalte. De asemenea, mesajul pe internet este independent de distanțe și de timp. Publicul nu este obligat să primească mesajul; are libertatea de alegere și acțiune.

Noi ne aflăm încă în faza improvizațiilor și a imitațiilor, ținând cont de faptul că în alte țări există școli speciale de publicitate iar publicitatea a devenit disciplină de studiu în universități. În anii regimului comunist, mai precis, în anii '60, limbajul publicității folosea cu precădere limba de lemn a sistemului sovietic; pagini întregi de ziar prezentau diverse mașini agricole, combine, prășitoare, cu presupusele lor calități sau făceau propagandă politică.

3. Valori semantice ale termenului “publicitate”

Considerăm interesantă o prezentare a termenilor care indică activitatea de care ne ocupăm. Termenul *publicity*²⁴⁹ nu se mai folosește astăzi. În limba engleză, foarte importantă pentru influența covârșitoare asupra limbilor romanice, cuvântul obișnuit în domeniul comercial este *advertising* și înseamnă aviz, anunț. Trebuie amintit și *public relations*, (P.R.), devenit un termen internațional, creat de marii oameni de afaceri americani cu scopul de a informa obiectiv publicul cumpărător. P.R. înseamnă un serviciu diferit de cel efectuat de publicitate; este o activitate recentă și depinde de conducerea întreprinderii și se referă la orice sector al ei de activitate.

În limba franceză se folosesc cuvintele *réclame* și *publicité*; în spaniolă *reclamo* și *publicidad*; *bombo* înseamnă o publicitate exagerat de elogioasă; în italiană apar mai mulți termeni: alături de neologismul *réclame*, intrat în limbă din 1873²⁵⁰, *pubblicità*, care s-a impus sub influență străină, tot franceză, apoi *messaggio promozionale*, de dată mai recentă, urmate de o serie de termeni care denumesc diferite articole cu aceeași misiune.

În limba română există două neologisme: *reclamă* și *publicitate*, provenite din franceză, alături de foarte recentul *promo*. În toate limbile romanice există *spot* și *clip* publicitar, de influență americană. Un alt termen nou, folosit pe Internet este *logo*.

Limbajul publicitar este domeniul în care se remarcă în mod evident presiunea lingvistică angloamericană, limba engleză fiind prin excelență folosită în lumea afacerilor. Se stabilește astfel un contact intralingvistic cotidian care determină familiaritatea cu limba engleză²⁵¹.

4. Funcțiile lingvistice și pragmatice ale limbajului publicitar

Limbajul publicitar este considerat²⁵² o variantă funcțională a limbii²⁵³, situată între subcod și registru lingvistic (varietate a codului lingvistic care depinde de situație și se realizează neadăugând nimic codului, ci alegând unele din posibilitățile oferite de codul în sine; registrele lingvistice sunt: registrul aulic, registrul cult, apoi cel formal, cel colocvial, registrul informal, registrul popular, și registrul familiar). Este o modalitate expresivă a limbii. Alți lingviști²⁵⁴ vorbesc de subcod, adică de un cod particular, în interiorul codului general, limba, fiind sinonim cu limbaj²⁵⁵ sectorial (varietate a codului care la datele de bază ale codului adaugă date specifice care se referă la un anumit sector de activitate culturală și socială), termen folosit cu precădere în lingvistica italiană alături de cel birocratic, politic, sportiv²⁵⁶. La datele de bază ale codului se adaugă date specifice care se referă la un anumit sector de activitate, cultural și social. Poate fi îmbogățit cu o gamă largă de cuvinte și expresii noi, adaptând la noi contexte și semnificații cuvinte care există deja în limbă.

Particularitatea limbajului publicitar este de a fi un punct de contact între trei niveluri de ierarhizare funcțională: limbajul colocvial, subcoduri și jargoane însoțite de artificii retoricii tradiționale.

Comunicarea lingvistică realizată prin intermediul publicității are, în terminologia lui Roman Jakobson, o natură substanțial *conativă*. Funcția *poetică* centrată pe mesaj este redundantă. Raporturile dintre codul verbal, vizual și sonor se diferențiază după funcția specifică pe care o au, cea *emotivă* și cea *estetică* revin vizualului, iar funcția *fatică*, sonorului. Publicitatea vorbește des de celelalte canale de comunicare; se referă mai mult sau mai puțin direct la cinema, la televiziune, la presă, la benzile desenate, la muzica clasică etc. Se remarcă însă creșterea autonomiei acestui limbaj și transformarea lui într-unul autoreferențial de un mare rafinament. Trebuie amintită astfel și funcția *metalinguală* a publicității; este vorba de toate formele de publicitate pentru publicitate. Mesajul, aparent, informează scrupulos cititorul asupra problemelor publicitare, precizează semnificația “codului” publicitate, însă, de fapt, răspunde unui scop direct al agentului publicitar: vânzarea propriilor servicii de publicitate. Un astfel de mesaj poate fi definit drept “metapublicitar” (prin faptul de a comenta mesajul în sine).

Retorica, privită ca tehnica de înfrumusețare a discursului pare că se pretează perfect la jocul de convingere al publicității și într-adevăr vom regăsi în mesajul publicitar mulți tropi cunoscuți: hiperbola, paradoxul: “Con Gibbes radersi diventa un piacere”, reclamă televizată pentru un aparat de ras, metafora: “La nuova super B.P. accende il cuore del tuo motore”, pentru o marcă de benzină, simetria, chiasmul: “Sempre allegro, sempre raffinato, Cinzano sempre”, apoi antiteza: “Cea mai bună calitate, cele mai mici prețuri”, jocurile de cuvinte, rimele etc.

La baza funcționării codurilor retorice stă un fapt ideologic: încrederea acordată unei puternice tradiții culturale oficiale. Receptorul mesajului nu trebuie decepționat în așteptările sale. Pe de o parte, mesajul publicitar este autoritar, dictatorial, deoarece impune și condiționează alegerea publicului; pe de altă parte, însă, exploatează și întărește înclinațiile preexistente în receptori, oferind totuși posibilitatea unei alegeri, prin existența concurenței.

Publicitatea este un important instrument de cunoaștere, cu mare valoare de informare a publicului, având în același timp și o funcție psihoterapeutică, deoarece oferă individului posibilitatea iluzorie de a-și rezolva problemele și neîmplinirile din viața cotidiană, reală. Se produce astfel un fel de eliberare temporară de norme și constrângerile vieții sociale, de evaziune, printr-un mecanism al asemănării, al apropierii și iluziei accesibilității dintre modelul publicitar și felul de a gândi al oamenilor în viața lor de zi cu zi. Prin publicitate se impun anumite modele culturale la modă ce devin adevărate datorii de familie, cum ar fi decorarea casei și a grădinii sau folosirea anumitor produse alimentare.

Putem afirma că publicitatea îndeplinește câteva funcții importante în societate: funcția de marketing, ajutând companiile să-și vândă produsele; funcția economică, deoarece prin competiție se ajunge la o creștere calitativă a mărfii și la o scădere a prețurilor; funcția socială, pentru că prezentând noi posibilități publicului, ajută la ridicarea standardului de viață; funcția de educație, prin orientarea gustului spre noi servicii și obiecte de consum.

Noutățile, creațiile lingvistice ale limbajului publicitar au o durată scurtă, se consumă rapid, și trebuie înlocuite. Unul din efectele produse de publicitate și de o altă funcție importantă a ei, cea *onomaturgică*²⁵⁷, este acela de a conduce la o corespondență între obiecte și numele lor comerciale, ceea ce

duce la o reificare (a converti în obiect concret ceea ce este abstract și a identifica cuvântul cu obiectul) a limbii.

Umberto Eco²⁵⁸ arată că Aristotel în Retorica distinge discursurile în: judiciare, deliberative și epidictice. Discursul publicitar este epidictic, demonstrativ, laudativ. La origine, discursurile epidictice erau rostite, afirmă Aristotel, pentru a lăuda, a elogia sau pentru a blama.

Publicitatea are și funcții pragmatice; indică, prin urmare, scopul, intenția comunicării. Furnizarea unei informații presupusă ca nouă și efectul pe care locutorul (agenția publicitară) și-a propus să-l obțină asupra destinatarului (publicul consumator) constituie funcția *ilocutorie*. Rolul argumentativ este funcția *ofensivă* sau *defensivă* pe care un mesaj publicitar, chiar într-o simplă propoziție, este capabil s-o exercite în mecanismul convingerii.

Publicitatea poate fi, așadar, interpretată și din perspectiva filozofiei limbajului. Ea este realizată cu intenția explicită de a acționa asupra interlocutorului (receptorul mesajului, consumatorul posibil). Folosește mult funcțiile *directivă*²⁵⁹ și *comisivă* (promite)²⁶⁰, pe care filozofii anglosaxoni, spune Sorin Stati, o aplicau ordinelor, interdicțiilor cererilor, rugăciunilor, concesiilor.²⁶¹ În structura profundă a oricărui mesaj publicitar se află mereu și un act directiv implicit: "vă sfătuiesc să cumpărați acest produs" Este vorba de fraze proferate cu scopul de a influența comportamentul destinatarului. Discursul publicitar este *eulogic*²⁶² și *politic* deoarece se adresează cu multă bunăvoință, însă cu fermitate posibilului cumpărător; de cele mai multe ori eroii unui spot publicitar se solidarizează cu destinatarul, alături îl încurajează și dau impresia că vor să-l facă să se simtă bine prin propunerea unui anumit produs. În mare măsură, însă, reușește să creeze frustrări în rândul publicului.

Conduita pe care o va adopta destinatarul este diferită, conform experienței de viață, preocupărilor sale, vârstei și pregătirii socio-profesionale.

Dintr-un anumit punct de vedere și cu mult tact, publicitatea dă ordine cu intenția precisă ca ele să fie executate, iar pentru a aduce profit, trebuie să fie convingătoare. Astfel, pentru obținerea succesului este nevoie de insistență, de aici marea frecvență cu care se repetă același mesaj publicitar, uneori abrutizant, pe canalele de televiziune sau radiofonice, și de alegerea strategiilor psihologice cele mai potrivite mării diversități a receptorilor.

Discursul publicitar este deci un ansamblu de strategii vizând să-l convingă pe destinatar, să-l influențeze și să-l coopteze. Prin maniera cu care face presiuni psihologice asupra opiniei publicului receptor poate fi considerat un mesaj autoritar, menit să treacă de la informare la tentație pentru a ajunge la manipularea destinatarului. Limbajul publicitar are deci pe lângă funcția *economică* și o funcție *psihologică*.

În concluzie, putem afirma, conform schemei factorilor constitutivi ai procesului lingvistic (Roman Jakobson, 1963), că publicitatea are ca funcție predominantă pe cea *conativă*, centrată pe destinatar, care își găsește expresia și în folosirea repetată a verbelor la modul imperativ. Urmează funcția *emotivă*, centrată pe emițătorul mesajului, apoi funcțiile *fatică* și *poetică* și, în ultimul rând, funcția metalinguală care verifică utilizarea în bune condiții a propriului cod și vizează comercializarea propriilor servicii publicitare.

Din perspectivă pragmatică, publicitatea întrebuințează funcțiile *directivă* și *comisivă*.

Publicitatea folosește un limbaj specific, redundant din nevoia de precizie, adecvat scopului său persuasiv. În rândurile de mai jos vom releva câteva caracteristici ale mesajului publicitar în limbile italiană, franceză, română, insistând

asupra utilizării pronumelor personale și a implicațiilor psihologice și sociale ce decurg din alegerea lor.

Pentru acest demers am folosit analize efectuate pe anunțuri publicitare audio-vizuale (radio - T.V.), Rai I, TV.5 și pe anunțuri apărute în limbile italiană și franceză în următoarele reviste: Oggi (nov. 1986, ian. 1994), Prima (dec. 1991), Elle (iul. 1993), Pratica (oct.1994, iul. 1995, nov. 1995), Amica (aug. 1996), Famiglia Cristiana (mai 1997), Marie Claire (mai 1992, aug. 1996), Femme Actuelle (aug. 1992 și apr. 1993), Marie France (mai 1992), Elle (februarie 1994, iunie 1998), adresate în special unui public feminin²⁶³, Paris Match (septembrie 1999), Prima (septembrie 1999), Panorama (martie 2002). Pentru mesajele românești ne-am limitat la reclamele radiodifuzate și televizate pe posturile televiziunilor naționale.

Redactarea unui anunț publicitar este un gen de expresie înrudit cu toate formele redacționale ce ar putea fi definite „de luptă”, întrucât este agresiv, făcut pentru a sensibiliza opinia publică, pentru a trezi atenția asupra unui produs de interes colectiv. Creatorii de materiale publicitare trebuie să posede aptitudini de buni ziariști, să cunoască unele principii de bază și noțiuni de stilistică, fiindu-le indispensabilă și calitatea de buni psihologi.

Cunoașterea perfectă a produsului și a pieței este indispensabilă. Modul în care va fi vândut, cărei categorii de cumpărători i se adresează și care este inițiativa concurenței sunt alte imperative necesare. Stilul nu trebuie înțeles doar de câțiva inițiați, ci de marea masă a consumatorilor. Mesajul publicitar va folosi termeni care, în orice limbă, au proprietatea de a evoca sentimente și imagini care să impresioneze fantezia cititorului (telespectatorului, ascultătorului), prin urmare, termeni dotați cu un anumit potențial emoțional în măsură să determine un șoc afectiv și psihologic, cuvinte care să posede o putere expresivă remarcabilă. În această categorie de termeni

(„cuvinte care vând”) pot intra substantive precum *miracol, enigmă, încredere, afirmație, magie, top, vârf, fericire, noroc, succes, triumf, dragoste, senzație, descoperire, putere, noapte, mister, moarte, viață, aventură, experiență, garanție, economie, siguranță, bani, bunăstare* etc, adjective precum: *senzațional, extraordinar, puternic, neuitat, misterios, magic, parfumat, îmbietor, vibrant, viril* etc, adverbe: *când, unde, cum*, conjuncția *dar*²⁶⁴ și, nu în ultimul rând, pronumele personale alocutive și reverențiale: *tu, voi, dvs., (vous, Lei)* care permit personalizarea frazelor.

Valoarea deosebită a acestor cuvinte rezultă, pe de o parte, din indicarea precisă a unor scopuri și idealuri supreme râvnite perpetuu de întreaga omenire, iar, pe de altă parte, de descrierea unei (unor) metode rapide, simple, de maximă eficiență prin care se pot atinge acele scopuri și idealuri.

Din materialul cercetat am observat că pentru crearea unui stil direct de adresare, coordonarea și subordonarea absolută lipsesc deseori din discursul publicitar. Pot fi vizate toate nivelele lingvistice: fonie, grafie, lexic, sintaxă, morfologie, discurs; se permite sfidarea normelor, a codurilor, sfidarea ideologiilor, a legilor sociale: “Kelle ékipe”, “vite fée, bien fée”, “T’as d’beaux d’oeufs, tu sais” (un desen animat prezintă un dialog dintre un cocoș și o găină ca trimitere la filmul *Quais des brumes*, cu M. Morgan și J.Gabin și la ideea de seducție), “France, ton français fout le camp!”²⁶⁵ (foutre le camp=a o șterge, a fugi). Un text publicitar este un ansamblu de putere care trebuie să activeze memoria publicului - incluzând acele expresii noi și moderne ale stilului²⁶⁶ contemporan cu priză deosebită la public - prin practicarea unui stil șocant și agresiv, care poate trezi din inerție atenția celui care-l receptează. Când mesajul se adresează unui public tânăr, el va trebui să imite modul de a vorbi al acestuia (așa se explică, de altfel, abundența de cuvinte englezești în mesajele publicitare italiene²⁶⁷). Publicul tânăr se dorește, în Italia,

“bilingv” (neținând cont de vorbitorul de dialect). Folosind termenii străini, tinerii se simt cultivați, cosmopoliți, dar sunt totodată, snobi. Pentru tineri, America reprezintă libertatea. Această comunicare apare și în limba română. Funcția termenilor englezești tehnici este conativă, nu referențială. Cuvântul „airbag”, utilizat în loc de „cuscino di sicurezza” (pernă de siguranță în automobile) pare magic și cumpărătorul ipotetic se simte expert în alegerea mașinii și prin faptul că îl înțelege. “Cuscino di sicurezza” este un cuvânt prea lung, pare un calc, o traducere exactă a termenului de “pernă” și are o altă structură semantică, este umplut cu ceva; în schimb, “airbag”, pe lângă principiul de economie lingvistică evidentă, fiind în limba engleză sugerează mult mai bine siguranța cumpărătorului. Într-un alt caz: „Quale moto hai in *test*?” se referă la o reclamă pentru motocicletele Honda. Jocul de cuvinte „test” pentru „testa” („cap” în italiană) stă în legătură cu caracterul ludic al publicității. Lipsa vocalei finale „a” aproprie cuvântul de limba engleză.

Folosirea termenilor unei limbi străine, exotice, vorbite de civilizații considerate superioare, este mai frecventă pe posturile de televiziune și în revistele care se adresează unui public rafinat. Este cazul revistelor de modă și de decorări interioare, care utilizează cuvinte englezești și franțuzești. Limba germană lipsește din mesajele publicitare; spaniola apare rar și numai pentru a ridiculiza șoricei rapizi și mexicani leneși. În limbajul publicitar italian, limba portugheză se bucură de o relativă atenție datorită produsului specific căruia i se face publicitate (ex. „el cafecinto bonito”, cunoscută reclamă pentru cafea).

Limbile care nu au alfabet latin sunt utilizate pentru a crea un efect straniu. O serie publicitară de la firma „Grundig” începe cu o frază tradusă din când în când în greacă, apoi în rusă, arabă, chineză și mereu cu grafia originală, în scop pur estetic. Japoneza apare cu o frecvență mai mare. Nefiind

cunoscute de cea mai mare parte a publicului, ele simbolizează doar lumea în diversitatea ei.

Publicitatea devenită limbaj se și autocitează, se parodiază: “le retour du Père Denis”, reclamă pentru reeditarea Enciclopediei lui Diderot folosește transformată sintagma “Mère Denis”, foarte cunoscută pentru un detergent și exemplele de acest gen sunt nenumărate.²⁶⁸

În plan sintactic, limbajul publicitar se caracterizează mai ales prin întrebuințarea frazelor exclamative și interogative, care, în general, trezesc în mod direct interesul prin transmitere unui sentiment. De cele mai multe ori apar în titluri. Ne referim la arta cu care sunt întrebuințate pseudo-întrebările. Actele ilocutorii interogative aparțin strategiei pseudo-interactive prin care anunțurile publicitare dau iluzia unui adevărat schimb între cei doi poli ai interacțiunii, polul emițător și polul receptor. Frazele interogative pot apărea și în textele monologice, în situații în care lipsește prin definiție alocutorul. Structura mesajului publicitar este fundamental monologică. Este cazul următoarei întrebări deschise: “Et s’il était prouvé qu’un produit laitier avait de l’influence sur la beauté de la peau?” (“Și dacă s-ar fi demonstrat că un produs lactat ar avea influență asupra frumuseții pielii?”) (*Elle*, iunie, 1998, pentru “Bio de Danone”). Răspunsul urmează imediat, realizat prin descriere științifică a efectelor benefice ale produsului: “La fraîcheur d’un teint, la finesse d’un grain de peau et l’absence de rides sur un visage ne sont pas dues au hasard, mais à une série de facteurs dont les plus importants sont l’équilibre de l’alimentation et celui de la flore intestinale. Cet équilibre, Bio de Danone y contribue chaque jour. En freinant la multiplication de micro-organismes indésirables, il module la flore intestinale, purificatrice, de l’organisme. Bio de Danone. Ce qu’il a fait à l’intérieur se voit à l’extérieur.” (“Prospețimea unui ten, finețea pielii și absența ridurilor pe față nu sunt datorate întâmplării, ci unei serii de factori dintre care

cei mai importanți sunt echilibrul alimentației și cel al florei intestinale. Bio de Danone contribuie la acest echilibru în fiecare zi. Oprind înmulțirea micro-organismelor nedorite, el echilibrează flora intestinală, purificatoare, a organismului. Bio de Danone. Ceea ce a produs în interior se vede la exterior.”) Observăm de asemenea în acest exemplu prezența pronumelui personal de persoana a treia singular, *il* care se referă la produsul căruia i se face publicitate. Numele său apare la un moment dat izolat, pentru a atrage și mai mult atenția publicului.

Frazele exclamative cu verbul la imperativ, urmat de verb la persoana a doua plural, în general, se pliază, însă, cel mai bine scopului anunțurilor, prin caracterul lor exortativ, cu nuanță de constrângere, de dominare: “Achetez maintenant, achetez gagnant!”, în timp ce enunțiativele sunt rezervate textului descriptiv explicativ, cum am văzut în exemplul de mai sus.

5. Observații de stil asupra limbajului publicitar

În reclamele românești remarcăm și atenționarea cumpărătorului asupra unui preț mai redus. Pentru a vinde detergentul „Perlan Bonus”, vânzătoarea se adresează șoptind cumpărătoarei, improvizând un dialog: „Și totul la un preț atât de bun? / - Da, dar să nu m-audă șeful că nu vă recomand ceva scump” (TV). Din solidaritate feminină, vânzătoarea ajută astfel o tânără femeie care urmează să-și primească în vizită socrii.

Printre caracteristicile limbajului publicitar, remarcăm lipsa (aproape totală) a prepozițiilor în italiană și franceză; timpul verbal este în general prezentul, iar viitorul indică posibilitatea obținerii obiectului căruia i se face publicitate.

Stilistic, observăm frecvența jocurilor de cuvinte, alături de verb la persoana a doua singular și particula pronominală *ne*, intraductibilă în limba română: „Se *bevi Neri*, *Ne Ribevi*” (în acest caz, jocul se concentrează asupra produsului: “dacă bei Neri, vei mai bea așa ceva”) sau „Chichirichi, il riso Gallo”²⁶⁹, apoi a proverbelor, a titlurilor celebre.

Funcția onomaturgică a publicității face ca noile creații să intre în lexicul comun, fără a mai avea nici o legătură cu produsul specific desemnat anterior. De ex.: „Jagermeister: *così fan tutti*” amintește opera lui Mozart sau „Se il tuo nome è donna”, titlul unui film.

În limbajul publicitar jargonul apare sporadic. Uneori există tendința de a imita limbajul tinerilor, dar de cele mai multe ori este vorba de pură invenție, deoarece orice ciudățenie lingvistică este atribuită celor mai tineri. Un tip special de jargon este cel tehnic, care are sarcina de a autentifica științific un produs, inspirând în același timp respectul destinatarului mesajului, care foarte greu își va da seama că sub cuvintele complicate nu se ascunde nimic deosebit. Produsul este caracterizat printr-o avalanșă de cuvinte tehnice. De exemplu, amănuntele tehnice cu care este descrisă atât în italiană cât și în franceză o mașină de ras performantă: „Nuovo Braun Synchron Plus: il primo rasoio a testina compatta. Il Nuovo Synchron Plus ha la testina più stretta che sia mai stata costruita. In tal modo si assicura una maggiore superficie di contatto tra il blocco radente e la lamina...”²⁷⁰ Reclama franceză la același produs adaugă că lama este placată cu platină și este garantată trei ani: „Pour vous offrir une telle garantie, il fallait être sûr de votre rasoir”. Versiunea franceză informează, cea italiană sperie. Publicul înțelege că această mașină de ras este, din punct de vedere tehnic, perfectă și cine nu o cumpără nu este în pas cu moda și cu cea mai nouă tehnologie.



Alegerea cuvintelor stranii, exotice sugerează raritatea obiectului și, implicit, consumatorul este considerat un cunoscător al tehnicii moderne. Uneori se folosește un cuvânt inventat sau nu, însă lipsit de orice conotație, apoi i se atribuie o serie de valori, insistând emfatic (prin voce sau în scris, prin ghilimele sau repetiție), de exemplu: „biodelicato”, „neopulito”, „neoforza” etc.

De obicei, femeia este o țintă deosebit de vulnerabilă: ca mamă va fi atentă la orice produs medical care să asigure sănătatea copilului ei. Sunt nenumărate reclamele în care bărbați cu ochelari, îmbrăcați în halate albe, recomandă cu aer profesional diferite produse cosmetice, farmaceutice sau alimentare: „E appena venuto al mondo, *proteggilo* con un mondo di dolcezza” (Pratica, oct. 1994, reclamă la Chicco, cosmetice adresate copiilor). Ca gospodină este supusă altor explicații la fel de științifice despre curățenia casei, despre detergenți, mașini de spălat etc. O femeie trebuie să fie însă, în același timp, elegantă și frumoasă. Analizând mesaje cosmetice apărute în diferite publicații italiene adresate publicului feminin (Grazia, Anna, Amica) din ultimii ani, observăm că funcția conativă, centrată pe interlocutor, este predominantă.

Termenii tehnici abundă în mesaje mai detaliate: „idrosolubile”, „liposolubile”, „oligoelemente”, „biovitale”, „ipoallergico”, „solvente”, „colorante chimico”, „aminoacidi”, „vitamina E, H”, „elastina”. Pe lângă termenii uzuali (cum ar fi: „tratament”, „deshidratare”, „nutriție”, „metabolism”, „hidroterapie”), există și alții mai puțin întrebuințați: „emulsie”, „celulită” etc. Biologia, anatomia, botanica sunt prezente cu o mulțime de cuvinte de folosință comună sau nu.

În limbajul publicitar dedicat cosmeticii feminine predomină terminologia militară: se caută „arma” pentru „a lupta” împotriva ridurilor, îmbătrânirii și semnelor timpului;

„apărare”, „autoapărare”, „protecție”, „frontieră”, împotriva luminii soarelui care distruge pielea.

Termenii militari sunt utilizați pentru a menține viu conflictul dintre individ (în acest caz, femeia) și realitate, din care femeia trebuie să iasă învingătoare, dacă urmează sfaturile publicității. Triumfă astfel o viziune idilică asupra unei lumi perfecte și senine, caracterizată de eterna tinerețe, de sănătate și frumusețe. Apare și în acest caz sentimentul frustrării, deoarece din această lume este exclusă orice femeie care nu corespunde idealului, cu toate eforturile de a se integra în normele cerute de revistele de modă și cosmetică modernă.

O altă particularitate a limbajului publicitar este prezența proverbelor modificate sau nu. Tot într-o reclamă adresată femeilor auzim „Non sempre il tempo la beltà cancella, usando «Palmolive» *resterai bella*”, sau „Caffé senza caffeina, come rosa senza spina” (cafea fără cofeină, ca trandafirul fără spini), ceea ce dă o mai mare expresivitate mesajului.

Chiar dacă scopul discursului publicitar este de a implica cu putere publicul receptor, există însă și mesaje publicitare din care lipsesc pronumele personale. Expresivitatea se obține prin intonație sau punctuație, prin imagini, fotografii, prin prezența actorilor renumiți sau, pur și simplu, prin tăcere. Expresivitatea se obține prin intonație sau punctuație, prin imagini, fotografii, prin prezența actorilor renumiți sau, pur și simplu, prin tăcere. În anumite spoturi publicitare nu se aude nici o voce.

Diferitele funcții ale vocii publicitare sunt strâns legate de sensul cuvintelor. Pentru a determina destinatarul să dorească produsul, se folosește un ton sugestiv; tonul narativ se aplică istorioarelor inventate pentru propunerea unui produs nou pentru întreaga familie, de exemplu, tonul didactic pentru întrebuințarea sa tehnică, tonul indicativ, pentru a-i determina pe destinatari să constate buna funcționare a produsului; tonul imperativ, pentru invitația spre achiziționare. Dublarea

argumentelor din discurs prin intonațiile vocii este un procedeu specific discursurilor propagandistice.²⁷¹ De cele mai multe ori vocea dominantă aparține unui bărbat, expresie a forței, și a autorității. Pe ecrane și în presa scrisă, avem ocazia să vedem femei, dar auzim bărbați. De obicei femeile vorbesc între ele, mărturisindu-și una alteia, binefacerile unui anumit produs, de obicei, detergenți, obiecte de îmbrăcăminte intimă, cosmetice. Înainte de decodarea sensului mesajului, publicul ascultător este sensibil la intonația sa, care ne indică ce atitudine trebuie adoptată la receptare. Produsul însuși are un rol foarte important în vocea celui care îl prezintă. “Osmoza dintre produs și voce conduce destinatarul la a-l consuma pe acela în aceasta: pentru că în voce, lucrul se face semn, destinatarul își imaginează, consumând semnul, că poate poseda lucrul”²⁷². În unele spoturi publicitare nu se aude nici o voce. Obiectul căruia i se face reclamă domnește în prim plan. Vorbește astfel mai mult ca niciodată, impunându-se publicului. În fața evidenței imperative, telespectatorul răspunde prin achiziționarea obiectului.

Mesajele publicitare lipsite de pronume personale sunt în cea mai mare parte cele în care apare descrierea detaliată a unui obiect: “Nouveau Toyota RAV Cruiser. Le tout terrain, tous terrains. Série limitée RAV Cruiser 3 et 5 portes ou cabriolet. A partir de 125.990 F. Avec coussins gonfables conducteur et passager, vitres et rétroviseur électriques, télécommande doverture des portes à distance, nouvelle jantes alliage et nouvelles teintes des boucliers de protection. (Paris Match, sept. 1999). Produsul se impune prin prezența sa, dar evaluarea unui produs publicitar îl transformă în obiect de valoare. Jean Baudrillard²⁷³ consideră în mod îndreptățit că în spatele operației de transformare a produsului în obiect de valoare, se află o evaluare a obiectelor. Între vânzarea unui produs și cumpărarea sa, discursul publicitar realizează o resemantizare a obiectului, transformându-l dintr-un simplu

automobil sau frigider, într-un obiect de valoare. Obiectul de consum devine astfel un obiect simbolic care și-a pierdut statutul de substantiv comun ce denumea, practic o unealtă, pentru a deveni substantiv propriu, garantat de marcă. Dacă uneori clipurile publicitare sunt parodice, iar spectatorul le poate privi cu ironie, cu amuzment, niciodată însă nu este ridiculizat produsul sau firma producătoare. Râsul apropie oamenii între ei, trebuie ca toți să participe la euforia colectivă, să guste plăcerile consumului care îi sunt asociate. Vrea să arate că publicitatea este dezinteresată, este un joc fără miză.²⁷⁴ Marca este foarte importantă, chiar mai importantă decât produsul, însă nu trebuie niciodată neglijat conținutul. Produsul este suportul informației, al argumentării. Astăzi, când concurența a devenit atât de acerbă, iar produsele se diferențiază așa de puțin între ele, personalitatea mărcii devine capitală.²⁷⁵

Oamenii sunt avizi de întoarcere la natură și la autenticitate. Societatea modernă îi antrenează într-un mod de viață material, convențional, superficial. Rolul publicității este să-i determine să accepte această convenționalitate și superficialitate, făcându-i să viseze la natură. Publicitatea aduce multe beneficii, iar publicul începe să confunde termenii de „informație” cu „publicitate”.

Publicitatea televizată a devenit regulă pe toate posturile, timpul de difuzare a reclamelor se repartizează pe întregul program; emisiunile sunt trunchiate sau reduse pentru transmiterea spoturilor, chiar și în cazul transmisiunilor în direct.

Eroul discursului publicitar este produsul care dă sens vieții private. În afară de realitatea materială, el aduce visul, sănătatea, tinerețea, inteligența. Are loc și o funcție „educativă”, alături de funcțiile lingvistice și pragmatice.

6. Pronumele personale alocutive și reverențiale în limbajul publicitar

O atenție deosebită merită acordată utilizării pronumelor personale în limbajul publicitar. După cum spunea G. Vico, dacă îi vorbești unui om de el însuși, el te va asculta ore în șir fără să-și dea seama de trecerea timpului pentru că omul este, în esență, egocentric. Un anunț publicitar nu poate realiza o performanță atât de mare, dar frazele sunt foarte eficiente atunci când dau impresia că se adresează direct cititorului (telespectatorului, radioascultătorului). Textele publicitare în italiană, franceză și uneori în română, pline de pronumele alocutive: *tu*, *voi* și de adjectivele posesive: *tuo*, *tua*, *tău*, *ta*, *ton*, *vostro*, *vostra*, dar și *mio*, *al meu*, *mia*, *mea* *nostro*, *al nostru*, *nostra*, *a noastră* etc pot deveni ridicole și apăsătoare. “Posesivul publicitar”²⁷⁶ este un posesiv afectiv și emfatic. Este însă neîndoielnic că va trezi mult mai mare interes anunțul personalizat decât cel generalizat: “Il *tuo* volto è unico. Ora anche *le tue* lenti.” (Panorama, 2002), reclamă pentru ochelari (Fața ta este unică. Acum și ochelarii tăi – sunt unici); “Il *vostro* confort è nelle *nostre* mani” (Panorama, 2002), (Confortul vostru este în mâinile noastre), reclamă pentru pantofii “Light Step”.

Prin utilizarea pronumelor personale în mesajul publicitar se realizează desemnarea explicită a destinatarului, care nu este neapărat un alocutor în acest caz²⁷⁷.

De exemplu, un anunț de tipul „Economia di 10% sul consumo della benzina” va lăsa indiferent publicul, datorită gradului de generalizare pentru că se adresează tuturor în mod indirect; avem de a face cu desemnarea implicită a alocutorului²⁷⁸ pe când „Ecco come *potrete* (voi) economizzare il 10% del *vostro* consumo di benzina” atrage cu siguranță

atenția receptorului, exprimat prin persona a doua plural în fiecare situație particulară. În acest caz alocutorul este desemnat în mod explicit, prin prezența unui pronume personal, ce poate fi: *voi, tu, dumneavoastră*²⁷⁹. Refuzând cititorului-consumator statutul de *interlocutor*, publicitatea îi rezervă rolul de spectator, oferind spectacolul unei lumi euforice.

Fiecare informație nouă reprezintă însă o tentativă de a-l influența, modificându-i măcar în mică măsură opiniile și sentimentele.

Pronumele alocutive folosite în publicitate indică maniera în care se realizează contactul emițător-receptor și, prin aceasta, marchează relațiile sociale și mentalitatea unei anumite perioade istorice.

Reclama dorește să fie un sfătuitor discret. Obiectul reclamei se află uneori în posesia unei personalități a lumii artistice, sportive sau culturale. Acestea spun, de exemplu:

„*Eu* folosesc mereu cu încredere...”, urmat de toate presupusele calități ale obiectului. *Eu* capătă accent stilistic în enunț, ocupând primul loc, deși este emfatic; morfologia verbală fiind suficientă pentru indicarea mărcii de persoana I singular. Răspunsul la întrebarea: “Investir en Bourse?” (Paris Match, sept. 1999), ne face să descoperim la început un public-receptor, *Je*, complet lipsit de competențe bursiere: “Mais *je* n’ai pas de capital... en plus *je* n’y connais rien et ça bouge tout le temps!” ca apoi același destinatar ipotetic-*vous*, să primească imediat soluția problemei: “Plans d’épargne boursière. La réponse qui *vous* manquait. Avec les Plans d’Epargne Boursière du Crédit Agricole, il *vous* suffit de choisir le montant de *vos* versements mensuels et le type de portefeuille que *vous* privilégiez. Simple et régulière, cette épargne *vous* permet de tempérer les variations de la bourse sur la durée. Enfin *vous* bénéficiez des avantages fiscaux du

PEA ou de l'assurance - vie et la gestion de *votre* épargne boursière est confiée à *nos* spécialistes.”

Într-o reclamă televizată (pentru berea Höpfen König), actorul Florin Piersic improvizează poetic: „...gulerul tău de spumă fină...”, adresându-se direct obiectului (personificat) căruia i se face publicitate. Spectatorul află amuzat, mai apoi, că „regina albă a nopților târzii”, pentru care cunoscutul actor face o subită pasiune, este de fapt berea.

Inserarea de pasaje poetice în publicitate (surogate ale stilului poetic) este destul de frecventată și în celelalte limbi romanice. “Poezia” publicitară încearcă să “momească” clientul, mascându-i realitatea mercantilă a obiectului, realitatea lui de marfă, produsă spre a fi vândută. Pe de altă parte, și mai ales la îndepărta spiritul de la o atitudine rațională, critică.”²⁸⁰ Se recurge foarte mult la modurile de exprimare artistică ale marilor creatori, cum ar fi în exemplul care urmează, unde ritmul și rima amintesc de stilul marelui poet italian Ungaretti care face parte din cultura națională și întrebuința cu frecvență eufonia ritmului:

„così...

così calda!

sentila

fragrante

(c'è tanto sapore)

sentire

appetito...

che bella,

che ricca...

la pasta

... che pasta!!

E' pasta Buitoni (pentru spaghetti „Buitoni”²⁸¹).

Exemplele de acest fel sunt numeroase și ele reprezintă strategii de persuasiune; “L'energia/ delle vitamine/ La forza

delle proteine” (*Panorama*, mai 2002) sau cu referire la San Francesco d’Assisi, *Il Cantico delle creature*:

“Laudato sî, mi Signore,
per sor’acqua, la quale è molto utile,
e humele, et preziosa et casta.

Laudato sî, mi Signore,
Per frate *vetro*, per lo quale conservi
l’acqua, sempre utile e humele,

et preziosa et casta”, (*Panorama*, martie 2002), reclamă pentru pahare. Actorul care „recită”, folosind obiectul respectiv, va fi cu mai multă ușurință imitat în alegerea sa de marele public. Produsul care e folosit exclusiv și des de o personalitate are cele mai mari șanse de a impresiona. Tenismena Steffi Graf face publicitate firmei „Adidas”, sportivul Andre Agassi, băuturii răcoritoare „Pepsi”, apoi la noi, actrița Stela Popescu, margarinei „Wiesana”, Jean Constantin, vodcii „Sankt Petersburg”, Bianca Brad, săpunului „Lux” („*Eu* am grijă de pielea mea”); sau, la o reclamă pentru detergentul „Sole”, produs italianesc, auzim: „Îl *vreau* și va fi *al meu*”, impactul asupra publicului este și mai mare, din cauza procedeuului cu conotații voit senzuale, uneori sexuale și care conduce spre ambiguitate. Chiar dacă pronumele personal *eu* nu capătă concretizare lexicală, publicul larg asociază starul cu obiectul respectiv. Un admirator al actorului va fi tentat să poarte același tip de cravată, să folosească același săpun sau detergent, să bea aceeași bere și să mănânce aceleași produse etc, ca fiind o cale sigură spre o realizare personală similară; prin alegerea lucrului celui mi bun se pot obține satisfacții sufletești maxime.

Pronumele personal *eu* este adesea folosit și de către eroul anonim al reclamei, în general un bărbat tânăr, elegant, puternic, cu alură sportivă, mereu vesel, sau o fată zveltă, atrăgătoare, care, aflați în marea dilemă a căutării unui antidot pentru necazul lor neînsemnat, dar exagerat, improvizează un

dialog cu cel care l-ar putea ajuta. De exemplu: „Am încercat orice să scap de mătreacă, dar în zadar”; pentru un șampon performant, sau, prezentatoarea Andrea Marin spune: “*Eu* am găsit soluția”, tot pentru un șampon “Head and Shoulders”; „Nu știu ce înălbitor să mai folosesc pentru asemenea pete”, pentru un detergent. Scopul este ca *eu*, cvasipersonal, pentru că poate fi substituit în orice clipă cu receptorul, să atingă un punct nevralgic, sensibil, comun multor telespectatori. Are apoi loc un fel de solidarizare, la necaz, spectatorul urmând să primească o soluție izbăvitoare: produsul respectiv. *Eu* îndeamnă la acțiune prin asociere. Publicitatea ne indică minuțios comportamente de imitat. Orice refuz echivalează cu autoexcluderea din societate. A-i vedea pe ceilalți în aceeași situație tristă ne oferă o oarecare consolare²⁸². În comunicarea publicitară, pronumele *eu* singular reprezintă cititoarea, care pare invitată să “participe” la realizarea enunțului: “*Moi, je veux acheter comme je suis. Moi, j’ai envie que l’on me donne les moyens de consommer sans me pousser à la consommation. Je veux qu’on pense à moi, à mes besoins et à mes envies. Ce qui est important, ce n’est pas combien je consomme, mais plutôt comment je consomme et le plaisir que je tire de mes achats. Dans tous les cas, je n’ai pas les moyens d’acheter des produits de mauvaise qualité ou qui ne correspondent pas à mes besoins. La CAMIF me donne une vraie liberté de choix. La CAMIF pense à mon confort et me permet d’acheter à mon rythme, sur catalogue et par correspondance ou dans les magasins, des produits conseillés, sélectionnés, testés et directement livrés chez moi*” (Paris Match, sept. 1999). Sursa locutivă a acestor pronume *je* este personajul pus în scenă, utilizatorul satisfăcut al produsului. Protagonista mesajului privește fix în ochii cititorului ipotetic și declanșează astfel un fel de transfer și identificare cu acesta. Cititorul pare să contribuie la realizarea mesajului. Prezența aproape obsesivă a pronumelui *je* este o modalitate a activității de manipulare a

publicității; provoacă identificarea dintre cititoare, posibila cumpărătoare a produsului și femeia care enunță mesajul, mărin­d astfel scopul perlocutor al anunțului. Identificarea perfectă, totală între produs și posibilul său utilizator, se observă în anunțul următor, în care o femeie rostește pe micul ecran: „*Je suis Palmolive, ça se lit sur mon visage*”.

Componenta erotică ocupă un loc foarte important. Mesajul publicitar exploatează la maximum imaginea feminină. Reclama pentru o cremă franțuzească de ghetе „Baranne”²⁸³ înfățișează o tânără care, prezentând produsul, îl face pe spectator să simtă o mulțime de „subînțelesuri”. Ea spune: „*Folosesc o cremă care hidratează, hrănește, protejează, pătrunde și mlădiază. Crema aceasta nu e pentru mine*”. În acest moment îi apar pe ecran pantofii: „Baranne, crema care are grijă de pielea pantofilor”. Erotizarea prin reclamă a produselor este evident intenționată și calculată, obținută prin folosirea cuvintelor cu structuri semice de tipul: [+uman], [+feminin], [+animat]. Aparatul de filmat insistă asupra corpului actriței, pentru ca, în final, să se oprească la pantofi.

După un sondaj efectuat în Franța, în 1983, relatează François Brune, 58% dintre francezi nu mai erau șocați atunci când o reclamă le înfățișa o femeie goală care propunea un produs fără legătură directă cu corpul uman.

Pentru a face reclamă unei mașini „Citroen ZX”, în Italia, sau „Cielo”, în România, sau pentru o marcă de benzină, invariabil la volan va apărea o femeie (actriță, top model sau o prezentatoare îndrăgită) tânără, frumoasă, elegantă, modernă și atrăgătoare, sau ea va sta lângă mașină, sumar îmbrăcată, eventual mângâind automobilul: „Iubește-o, răsfăț-o, ai grijă în permanență de ea. N-o înșela, n-o neglija, ea este tot ce ai mai de preț”, spune o voce masculină, insinuantă. Apoi adaugă: „E doar mașina ta”, sau „De aceea folosește doar benzina X.” În acest caz, tu este pus în relație cu el, ea, jocul opozițiilor de persoană scoțând în relief apropierea facilă, fără efort, care ține

doar de voința cumpărătorului. Produsul, aici, mașina, dă sens vieții sociale și vieții private. Ne oferă iluzia că putem să urcăm de la ceea ce suntem la ceea ce am vrea să fim.

Uneori publicul feminin poate simți indispoziție în urma vizionării unor secvențe televizate în care este lăudată femeia modernă, la volanul unei mașini luxoase, întreprinzătoare, într-un birou ultraeleganț, care riscă orice, este puternică, sexy, cu voce senzuală, prea puțin casnică, dar maternă; apare ideea creării unei femei noi, dorința impunerii unui model care provoacă frustrări.

Tu este spectatorul, neîndoielnic masculin, în acest caz. *Tu* folosit cu verbul la imperativ are menirea să incite, să îndemne, să mobilizeze.

Alte mesaje insistă pe nevoia oamenilor de siguranță, altele, mai numeroase, pe dorința de evaziune, în sens geografic sau moral: „*Scappa con Superissima!*”, reclamă la o marcă de benzină; verbul este la imperativ, persoana a doua singular.

Tu este pronumele alocutiv cel mai des întrebuințat în contextul dialogului, care poate fi direct cu cel vizat (posibilul cumpărător) sau între protagoniștii reclamei, pentru a crea o atmosferă intimă, familiară, modernă și tinerească.

O invitație de participare la un concurs de loterie, pentru câștigarea unei motociclete supranumită „Vespa” (viespea), marca „Surgela” sună astfel:

„*Partecipa al grande concorso*

Vespati con Surgela!” (Oggi, nov. 1986)- verbele la imperativ, persoana a doua singular.

În altă revistă („*Famiglia cristiana*”, mai 1997) citim: „Fepal. Con *te* ogni giorno. Una cucina Fepal è con *te* fin da quando viene progettata. Tutto è pensato e realizzato per *il tuo* tempo in cucina (...). *La tua* cucina Fepal è disegnata per restare con *te* molti, molti anni, senza un attimo di noia” (reclamă pentru bucătăria „Fepal”). (Fepal. Cu tine în fiecare

zi. O bucătărie Fepal este cu tine chiar din momentul proiectării. Totul este gândit și realizat pentru timpul tău în bucătărie. Bucătăria ta Fepal este proiectată să rămână cu tine mulți, mulți ani, fără nici o clipă de plictiseală). Remarcăm folosirea frazelor enunțiative. Textul apare lângă fotografia unui luxos mobilier de bucătărie. Elementul uman lipsește. În fiecare propoziție a textului apar referiri la persoana a doua singular: pronumele complement *te*, adjectivele posesive: „*tuo tempo*”, „*tua cucina*”. *Tu* vizat poate fi atât o femeie cât și un bărbat. Observăm și folosirea stilului nominal, procedeul des întâlnit în limbajul publicitar. Posesivul îl face pe cititor coparticipant sigur.

Alt exemplu sună astfel: „*Prendimi, sarò la tua birra!*”, (ia-mă, voi fi berea ta!), spune o voce feminină; în timp ce un tânăr bărbat elegant este trist și nu știe cum să iasă dintr-o depresie sentimentală, i se oferă remediul: o bere! Tutuirea implică o mai mare încredere, pătrunde în sfera sentimentală, afectivă a clientului. Același efect este creat de posesivul emfatic: o cremă de față „*Kaloderma*” este „un regalo al *tuo viso*” (un dar pentru fața ta).

În revista *Pratica*, oct. 1994, într-o reclamă cu referire la un șampon colorant pentru păr, se enunță: „*Scegli il colore che ti donna*”. Trecerea intenționată de la „*dona*” (de la verbul „*donare*”, „a da”) la „*donna*”, („femeie”) creează, prin procedeul de contaminare, *dona* și *donna* ce cumulează două sensuri, pe lângă efectul de joc și o impresie mai puternică asupra publicului feminin.

„*Non sottovalutare il mal di gola. /Combattilo subito con Bradoral!*”, (Nu subevaluezi durerea de gât/ Combate-o cu Bradoral!), două verbe la imperativ, primul, negativ, al doilea, pozitiv, persoana a doua singular, (reclamă pentru medicament împotriva durerilor de gât, *Oggi*, nov. 1986).

O reclamă pentru o mașină „*Fiat Marea*”: „*Fiat Marea e Marea Weekend. Il tuo spazio. Un nuovo spazio si fa strada. Il*

tuo. Nasce Fiat Marea, dove tutto è stato progettato pensando a *te* (...). La *tua* scelta. La *tua* sicurezza. La *tua* potenza. Il *tuo* nuovo turbodiesel" (... Spațiul tău. Un nou spațiu își face loc. Al tău. Se naște Fiat Marea, unde totul a fost proiectat cu gândul la tine. Alegerea ta. Siguranța ta. Puterea ta. Noul tău turbodiesel.) (Amica, aug. 1996), poate fi interpretat ca un mesaj agresiv. Numai alegând această mașină („La *tua* scelta”) cumpărătorul va fi sigur, puternic și va putea să se bucure de vacanță. Pentru un deodorant oferit femeilor: „Deodoranti complici della *tua* freschezza! Per sentirsi perfette tutto il giorno, ecco le strategie e i prodotti più adatti!” (Deodorante, complicii proștețimii tale! Pentru ca să se simtă perfecte întreaga zi, iată strategiile și produsele cele mai potrivite!), (Pratica, 1994). Se insistă pe perfecțiunea și proștețimea feminină, comunicarea verbală este dublată de cea nonverbală, iconică. Reclama ocupă spațiul unei pagini. Pe fundal se află chipul unei tinere femei.

În limba franceză, folosirea pronumelui alocutiv *tu* este mai rară, însă există, chiar dacă aproape întotdeauna este urmat de *vous* (pluralul lui *tu* sau pronume reverențial, singular și plural): „Je vais *te* faire fondre” (vreu să *te* topesc), (pentru o marcă de zahăr), urmat de: „Si *vous aimez* le sucre, *dites-le lui!*” (Dacă vă place zahărul, spuneți-i asta lui!), (Marie France, mai 1992). O femeie mușcă cu poftă dintr-o bucată de zahăr. *Te* este produsul, de gen masculin. Apare aici exploatată aceeași legătură dintre [+masculin] / [+feminin]. Aluzia erotică este transparentă. Prin sexualizarea repetată a produselor, publicitatea face indivizii să creadă că sexualitatea este și ea un obiect de consum. Omul întreg devine un astfel de obiect²⁸⁴.

Pronumele *on* este polivalent, iar publicitatea în limba franceză îl întrebuințează cu predilecție. Se poate referi la o ființă umană, dar fără a lua în considerație distincția dintre enunțiator, co-enunțiator și non-persoană. Pronumele *on* neutralizează identitatea și diversitatea actanților mesajului

publicitar. *On* poate desemna fie producătorul, fie utilizatorul produsului: “Bahlsen, *on* en fera toujours plus”, (Bahlsen, vom face tot mi mult), “Quand *on* s’habille des pieds à la tête sous le signe protecteur d’un Gémô *on* peut jouer au Petit Chaperon Rouge sans avoir à craindre les grands méchants prix!”, (Când ne îmbrăcăm din cap până în picioare sub semnul protector al lui Gémô, ne putem juca de-a Scufița Roșie fără să ne fie frică de prețurile mari și rele!), reclamă pentru obiecte de îmbrăcăminte pentru copii. Sau: “*On* sert Kronenbourg aux copains.” (reclamă pentru berea “Kronenbourg”).

Într-o altă reclamă pentru mașina Nouvelle Nissan Primera, se vede în planul îndepărtat, spatele gol al unei femei așezate pe o stâncă; în prim plan, mașina Nissan cu mențiunea “Nouvelle Nissan Primera. Quand le corps se sent bien, l’esprit va plus loin”, (când corpul se simte bine, spiritul merge mai departe) apoi, mai jos: “Dans la nouvelle Nissan Primera, le plus important, c’est *vous*. Son système de confort actif préserve votre corps de la fatigue. (...) Ainsi *vous réagissez* mieux, *vous êtes* plus détendu (...)” (În noua Nissan Primera, cel mai important sunteți *dumneavoastră* – *voi*. Sistemul său de confort activ vă apără corpul de oboseală. Astfel reacționați mai bine, sunteți mai relaxați). Reclama se adresează în egală măsură femeilor și bărbaților. Femeia din imagine ar putea să exprime destinatarul explicit al mesajului publicitar, mașina implicând noțiunile de confort, suplețe, securitate; descrierea tehnică se adresează în mod evident unui public masculin, deși astăzi, atât bărbații cât și femeile doresc siguranță și confort.

Există și reclame din care lipsesc pronumele, dar care, implicit, prin propoziții nominale imperative se adresează publicului feminin. Este momentul unei alegeri deosebite: vopseaua de păr cea mai adecvată : „Non più medici! Non più capelli grigi!” sau spray-ul cel mai eficient contra insectelor: „Non più zanzare!”. Aserțiunile negative imperative garantează indirect calitatea produselor.

Și în limba română folosirea lui *tu* este astăzi des practică. În cea mai mare parte din cazuri se remarcă prezența verbului la imperativ, la persoana a doua singular: „*Fii practic!*” (reclamă pentru telefonie mobilă „Dialog practic”) sau „*Urmează-ți setea!*” (pentru băutura răcoritoare „Sprite”), „*Prinde-i vraja!*” (pentru țigări LM) sau foarte recenta reclamă televizată pentru un șampon împotriva mătreții: “(...)Senzational nu-i destul. *Fii cool!*” “*Ești la Observator!*” (reclamă pentru emisiunea de știri la postul de televiziune Antena 1), “Superbingo ProTv *îți* umple buzunarele!” (emisiune concurs la postul de televiziune ProTV); “*Vino la preselecție!*” (PrimaTV, pentru jocuri și concursuri); “*Prinde* telejurnalul TVR2. *Ești informat scurt pe doi*”.

Uneori reclamele îndeamnă la violență, mai ales în cazul clipurilor publicitare pentru băuturi alcoolice; astfel, “*Dacă îți pasă ce bei*” (Prima TV), pentru “Whisky Wembley”, protagonistul, un tânăr athletic merge într-un bar și comandă respectiva băutură, dar nu găsește marca dorită și plecând, dă foc feței de masă care incendiază localul. Intră apoi într-un supermagazin și aruncă în aer magazinul; în cele din urmă reușește să găsească whisky-ul Wembley într-un restaurant modest și este fericit și liniștit. Probabil reclama a fost astfel concepută pentru efectele vizuale; cu toate acestea conotația este negativă, mesajul violent.

În schimb, necesitățile de prim ordin ca: setea, căldura, foamea, decorarea casei, manifestările sportive sau cultural artistice etc implică, de obicei, folosirea numărului plural. *Voi*”, (*vous*, fr.), atât în italiană cât și în franceză sunt atât pluralele formei canonice *tu* cât și a formei reverențiale italiene *Lei* și a formei *vous* singular în franceză. Și în limba română apare aceeași situație când nu este exprimat direct pronumele de reverență, ci doar verbul la persoana a doua plural.

Reclama, ușor inchizitorială, invită la un examen de conștiință:

„Avvertite mal di schiena o dolor di capo? (Vă doare spatele sau capul?)

Guardate voi la vostra lingua ogni mattina? (Vă priviți limba în fiecare dimineață?) Volete la salute?” (Vreți sănătatea?) (TV), sau reclama imperativă, care intimidează și spune cu cruzime adevărul: „*Salvate lo smalto dei vostri denti! Tra poco sarà troppo tardi!*” (Salvați-vă smalțul dinților voștri! Peste puțin timp va fi prea târziu!) (TV). „*Siate voi stessi*” (Fiți voi înșivă!), (Pratica, 1994), este reclama unei canapele „Doimo” și reprezintă un elefant așezat pe canapea: „Doimo può servire solido, bello, vivibile, vi aiuta a sentirvi voi stessi. Specie quando restate soli con voi, vi togliete le scarpe e affondate nella sua morbidezza chiudendo la giungla fuori dalla porta.” (Doimo este solidă, frumoasă, trainică, vă ajută să vă simțiți voi înșivă. Mai ales când rămâneți singuri cu voi, vă scoateți pantofii și vă cufundați în moliciunea ei lăsând jungla dincolo de ușă). De asemenea remarcăm în „*Siate voi stessi*”, utilizarea accentului predicativ în frază, ce cade aici pe pronume.

În limba franceză, *vous* este interpretat de multe ori ca forma canonică, de plural, a lui *tu*. De exemplu, reclama unei creme de față „Oil of Olaz”: „*Le savez-vous?*” (*voi, femeile!*) „*Depuis que je sus que la lumière est responsable des rides, j’ai choisi une crème anti-rides, vraiment anti U.V.*”

„*Te uiți și câștigi*” (concurs televizat, ProTV). „*Vrei să fii miliardar?*” (concurs de cultură generală, Prima Tv.) *Tu* incită, prin impulsivitate, la acțiune imediată. Sloganul tuturor imperativelor publicitare ar fi, global: „*Nu pierde timpul, fă-o acum!*”, „*Nu pierde ocazia unică!*”.

Toate reclamele publicitare oferă un exemplu. Acesta este puternic reliefat în unele dintre ele: „Dimineața, când *mă trezesc și mă uit în oglindă, îmi spun: «Alexandra, astăzi ești tare frumoasă»*” (pentru săpunul „Dove”). Fiecare femeie ar trebui, deci, să-l folosească pentru a arăta ca „Alexandra”, o tânără frumoasă, care își vorbește în oglindă.



Adresarea la persoana a doua singular reușește să inducă psihologic posibilului cumpărător sentimentul de a fi favorizat, de a fi unicul și fericitul posesor al secretului. Se insistă pe originalitatea alegerii, pe sensibilitate și pe avantajul personal. Folosirea pronumelor personale și adjectivelor posesive sunt elemente de bază ale „culturii publicitare” și, prin urmare, obligatorii, condiție sine qua non a oricărui text publicitar.

Pronumele *voi* (*vous*, fr.) este, totuși, modalitatea cea mai frecventă în adresarea față de destinatarul mesajului publicitar. *Voi* apare frecvent și în limba română (poate fi confundat cu *dumneavoastră*, la plural, în limba franceză). *Voi* implică dorința de convingere globală. *Noi*, cei care facem publicitate, am descoperit-o deja mai devreme. Publicitatea pune astfel accent pe forța de grup, care poate înlătura bariera susceptibilității celorlalți. Scopul folosirii acestui pronume este mobilizarea generală prin argumentul afectiv al apartenenței la grup. Putem aici cita reclama „Pepsi” cu sloganul „Next generation”, care implică ideea de grup tânăr, mai valoros chiar prin modernitate. Alegerea pluralului pune accentul pe forța numerică, pe dorința de integrare într-o colectivitate, mai ales într-o clasă a celor aleși, pe avantajul unei posibile ascensiuni sociale.

•
Întrebuințarea inconvenientelor sau necazurilor (de exemplu: mătreța, chelia, părul rar sau prea aspru, ridurile; sau problemele sentimentale și intime, cum ar fi: singurătatea, plictiseala, eșecul, lipsa afecțiunii, frica de insecte și boli) „implică folosirea numărului singular”; produsele sunt prezentate ca remedii.

„Philtre d’or *vous* couvre d’or! *Decouvrez* gratuitement l’arôme en or de Philtre d’or et *couvrez-vous* d’or avec le jeu Philtre d’or! Avec Philtre d’or, *jouez e gagnez* un collier en or!” (Philtre d’or vă acoperă cu aur! Descoperiți gratis aroma de aur și acoperiți-vă de aur cu jocul Philtre d’or! Cu Philtre d’or jucați și câștigați un colier de aur!) este reclama unei mărci de cafea (Femme Actuelle, 1992). În ceea ce privește polul alocutiv *vous/votre*, mecanismul constă în modificarea valorii

sale referențiale pe măsură ce textul progresează, ca în anunțul următor, de exemplu: “Quoi de plus essentiel pour se sentir heureuse et belle qu’un visage lisse au regard clair, une peau resplendissante de jeunesse et de vitalité? Révéler en *vous* c’est l’objectif de Christian Dior ce duo de soin bien nommés, qui bouleversent tout l’univers de l’anti-âge. Leur secret commun? Une extraordinaire protéine de jeunesse. (...) Pour *votre* peau, ce sérum révolutionnaire est la promesse d’un nouveau dynamisme cellulaire. Le premier jour, *votre* peau est déjà plus lisse. Une semaine plus tard, son éclat reparaît. En un mois *vous* la sentez plus ferme, plus tonique... Pour *vous*? Il (le produit!) est le geste anti-âge fondamental, à appliquer tous les jours après démaquillage sous *votre* crème habituelle.” (Prima, sept. 1999). Contextul ne ajută să înțelegem că prima oară pronumele și posesivul *vous/votre* se adresează unei posibile cititoare a anunțului. Deja a doua ocurență a perechii pronominale se referă la utilizatoare produsului cosmetic “Capture Essentiel”, căruia i se face reclamă.

Uneori chiar în același mesaj publicitar se trece de la *vous* la *on* impersonal:

„Parce que *vous* c’est *vous* et personne d’autre, il existe environ 924 versions de la Classe C” (pentru că dumneavoastră sunteți dumneavoastră și nimeni altcineva, există cam 924 de versiuni ale Clasei C), este vorba de un automobil Mercedes Air B. Bag Classe C. Apoi se continuă:

„En fin parce que l’*on* s’épuiserait à vouloir énumérer toutes les qualités de la nouvelle Classe C, le mieux c’est encore de venir l’essayer” (Elle, iulie 1993).

În limba italiană remarcăm un verb intransitiv, la persoana a doua plural, urmat de sigle, denumiri ale firmelor, cu valoare de adverb: „*Camminate* Pirelli!” (Mergeți Pirelli!), reclamă pentru cauciucuri; „*Camminate* cuoio!” (mergeți piele!), pentru pantofi; „*Viaggiate* Esso—extra!” (pentru benzina „Esso”).

Viața agitată, activitățile moderne, maniera diferită de a gândi admit astfel de forme care devin obișnuite, se transformă în sloganuri scurte și incisive, de efect și rezonanță.

Noi este un alt pronume personal folosit deseori în limbajul publicitar. Acest pronume este cel mai adesea întrebuințat ca „pluralis maiestatis” dorind, în acest fel, să devină o „portavoce” a firmei producătoare, care să anunțe, zgomotos, forța respectivei firme (exprimată astfel numericeste), întărind - prin pluralitatea celor care au participat la conceperea lui - calitatea produsului. Astfel, succesul poate fi mai mare, deoarece mai multe persoane încearcă să satisfacă dorințele cumpărătorului. „Ținta” vizată tinde să se realizeze presupușilor fericiți posesori ai produsului - obiect al reclamei: „*Suntem siguri că produsele noastre vor satisface toate exigențele!*” (reclamă TV pentru produsele din carne). „Numai cu *noi* viitorul are sens!” (reclama unei firme de asigurări) sau, în limba franceză: „*Jamais nous n'avons créé une formule plus révolutionnaire. Et nous la prouvons*” (pentru „Estée Lander”, apă de colonie; Marie Claire, aug. 1994). Și în limba italiană, pronumele personal *noi* apare frecvent:

„Per molti, il country oggi è una moda. Per *noi*, è da sempre uno stile di vita” (Pentru mulți, country astăzi este o modă. Pentru noi, este dintotdeauna un stil de viață), reclamă pentru bucătăria „Lignam”.

În limba franceză, alături de pronumele *nous*, apare din nou *on*, care are de multe ori valoarea unui plural impersonal:

„Mon frère et moi, *on* n'est jamais d'accord sur rien, sauf sur le fromage!” (fratele meu și cu mine nu suntem de acord în nimic, doar asupra brânzei), (Prima, dec. 1991) sau „*On a tous des vêtements couchons*” (Femme actuelle, apr. 1993, reclamă pentru un costum de baie).

Pronumele reverențiale *dumneavoastră* (rom.), *Lei* (it.) apar rar în limbajul publicitar. Idiosincrazia față de acest pronume de politețe vine din tipul de democrație interpersonală

care este cel al civilizației ultratehnologizate și modernizate. *Lei* este, de asemenea, incompatibil cu modul imperativ. În limba italiană se utilizează doar în textele publicitare mai ample, de exemplu în pliantele turistice din hoteluri. Pluralul *loro* este inexistent. Reverența implică o distanțare față de „țintă”. În limba română, însă, se impune atunci când reclama se adresează cu predilecție persoanelor care ocupă o poziție socială (profesională, spirituală, materială) privilegiată: „pentru ca motorul *dumneavoastră* să funcționeze perfect, folosiți uleiurile Helix!” (ulei specific motoarelor performante, aflate la mașinile de lux); la radio Hit auzim în ultimul timp: “*Voi* aveți Audi; *noi* avem piesele de schimb”, apoi urmează numele magazinului unde se află. Trecerea de la *dumneavoastră* la *voi* se explică prin dorința de a situa cât mai multe persoane în grupul celor care își pot permite achiziționarea unui automobil luxos. Prin folosirea pronumelui *voi* ascultătorul nu se simte exclus de la posibilitatea de a poseda un obiect atât de scump și implicit din categoria socială a celor care au această posibilitate. O reclamă mai rece și mai inaccesibilă: „Litoralul turcesc al Mării Egee, un loc ideal pentru petrecerea vacanței *dumneavoastră!*” (TV). Limba română rămâne mai conservatoare în utilizarea pronumelor alocutive. Observăm însă lipsa pronumelui reverențial în reclamele prezente pe posturile radiofonice sau de televiziune care se adresează în special tinerilor (ProTV, Radio Contact, Radio Hit etc).

Persona a treia, „nonpersoana”, singular și plural: *el, ea, ei, ele, lui, lei, il, elle, ils*, sunt în general folosite cu predilecție pentru obiectul reclamei, cu tendința generală de a-l personifica și de a-l idealiza: „*El* vă va schimba viața” (reclama televizată a unui detergent); „*Fa* parte di un uomo” (face parte dintr-un bărbat), se referă la un aperitiv și continuă cu: „l’amaro per l’uomo forte” (băutura pentru bărbatul puternic), pentru a sublinia că astăzi „l’uomo forte” aproape a dispărut.

Uneori persoana a treia se referă la o persoană (sau la mai multe) care a avut revelația utilității unui anumit obiect. Scopul este selectarea din marele public a celor care au descoperit importanța lui, ei fiind persoane privilegiate. De exemplu : „Bergembier. *Prietenii* știu de ce” (reclamă la berea „Bergembier”) sau „Acum *el* este curat, sănătos și fericit” (bebelușul care folosește șamponul special ce nu irită ochii și pielea capului).

Pronumele de persoana a treia plural: *ei, ele, loro, ils, elles* cer o trimitere explicită spre o unitate textuală anterioară sau ulterioară. Mesajele publicitare nu țin în general cont de această regulă, transformând pronumele în forme vide, imposibil de ancorat în realitatea referențială: “Un glaçon? Demanda-t-*il*. Plutôt une tendresse, répondit-*elle*”, (O înghețată? A întrebat el. Mai degrabă o mângâiere, a răspuns ea), reclamă pentru ciocolata “Lindt”. Interlocutorii nu apar în imagine. Alteori pentru a se referi la un subiect nedeterminat, discursul publicitar deplasează referența la nivelul producătorilor produsului căruia i se face publicitate, folosind pronumele personal de persoana a treia plural, care reprezintă o colectivitate, un grup: “*J’ai prolongé mon week-end. Ils ont raccourci le prix. Ils ont fait ça pour moi.*” (Eu mi-am prelungit week-end-ul. Ei au micșorat prețul. Ei au făcut asta pentru mine.) Este vorba de un client mulțumit care a putut să se folosească mai mult de mașina sa închiriată.

Publicitatea ne oferă iluzia că există un remediu pentru orice neajuns. Mesajul publicitar nu cere și nu așteaptă un răspuns, nu este o comunicare propriu-zisă, ci un discurs unilateral cu structuri lingvistice și funcții socio-culturale complexe.

V. CONCLUZII

1.1. Cartea este structurată în trei mari capitole care urmăresc **geneza formelor de reverență pronominală, diversitatea lor pe nivele sociale în comunicarea cotidiană, precum și dinamica prunumelor alocutive în limbajul publicitar.**

2. În ceea ce privește terminologia, unii lingviști apreciază că termenii “reverență” și “politețe” sînt sinonimi, în mod absolut, dar noi îi considerăm complementari, deoarece fiecare are denotații semantice și stilistice specifice. Termenul de “reverență” are o arie semantică generică și deci mai amplă, incluzând și ideea de *deferență*, de *ceremonial* și de *curtoazie* și conotează și ideea folosirii uzuale a unor anumite forme cu care se asociază: pronume, formule de salut, expresii de ceremonial. Termenul de “politețe” denotează ideea de *atitudine momentană* (etimologic, provine din cuvântul grecesc “polis”, cetate, oraș și reflectă opoziția dintre comportamentul sociocultural din mediul urban/rustic).

3. În **limba latină**, pronumele reverențiale nu constituie o categorie gramaticală aparte; această limbă nu cunoaște forme pronominale speciale pentru adresare; verbul se utilizează întotdeauna la persoana a II-a singular sau plural, în funcție de numărul interlocutorilor, și nu se ia în considerare nivelul social, rangul sau vârsta acestora.

4. **Limbile romanice** au moștenit din latină doar forma persoanei a II-a singular, însă paradigma prunumelor personale alocutive din fiecare limbă romanică reprezintă o inovație diversificată. Ele și-au creat autonom un sistem opozitiv *tu/voi*. Procedeele de exprimare politicoasă adică sintagme nominale de reverență combinate cu titluri, au apărut în secolul al XI-lea o dată cu organizarea ierarhică a bisericii și a statului. În

primele texte romanice exista doar persona a II-a singular, fapt ce demonstrează discontinuitatea trecerii de la latină la limbile romanice; o dovadă a acestui fenomen este și inexistența până într-o epocă foarte recentă a oricărei forme reverențiale în anumite zone ale Romaniei (sudul Italiei, Romania balcanică). În toate limbile romanice pluralul alocutiv reverențial a fost transmis pe cale culturală la nivelul limbii scrise. Contextul sociocultural diferit în care au evoluat limbile romanice explică diferențele care există între pronumele de politețe romanice. În secolele al XV-lea și al XVI-lea au apărut procedeele pronominale alocutive indirecte, și anume folosirea persoanei a III-a singular, ceea ce a condus la noi modificări în sistemul pronominal romanic în general.

5. Am inclus un spațiu special în lucrarea noastră explicitării **titlurilor alocutive, formulelor de reverență romanice și salutului**. Nivelul reverențial al alocuției se manifestă și în cazul titlurilor speciale, profesionale, nobiliare, cu care sunt denumite anumite persoane și care conotează diferite grade de politețe. Domeniul titlurilor alocutive include o mare varietate de forme, iar modificările apărute în uz sunt determinate atât de evoluția sociolingvistică, cât și de tendințele de schimbare provenite din exterior. Salutul cu toate formulele sale face de asemenea parte din același câmp semantic al reverenței, fiind compatibil cu utilizarea anumitor forme pronominale alocutive și reverențiale. O pondere lingvistică însemnată o au și formulele reverențiale emfaticе, folosite în circumstanțe solemne.

6. În urma analizei **tendințelor actuale** ale utilizării pronumelor reverențiale în limbile romanice, se constată funcțiile lor variate din perspectivă sociolingvistică și stilistică. Pronumele de reverență exprimă lingvistic relațiile de solidaritate și conflict și, de asemenea, raportul reverențial simetric și asimetric între interlocutori. Toate aceste fenomene lingvistice reflectă, în ultimă instanță, comportamentul uman

determinat istoric de norme și ierarhii sociale. Limbajul reverențios este în prezent mai simplificat, deoarece - datorită influenței occidentale - se tinde spre egalizare socială, mai ales în mediul urban.

7. În ceea ce privește manifestarea interacțiunii verbale în anumite instituții: familie, școală, universitate, armată, spital se constată utilizarea preponderentă a pronumelui alocutiv intim *tu*. Modelul interacțiunii verbale este oferit de conversația mondenă, care reprezintă exemplul cel mai concludent al schimbărilor survenite în ultimele decenii în utilizarea formelor alocutive reverențiale în limbile romanice. Am insistat asupra conceptului de politețe *pozitivă*, care aspiră către simetrie, încercând să micșoreze din ce în ce mai pronunțat distanțele dintre interlocutori. Relevând ipostazele stilistice ale pronumelui alocutiv *tu* în unele limbi romanice am subliniat faptul că în ultimii ani acest pronume a dobândit noi valențe, favorizând cooperarea între indivizi și reducând distanțele dintre interlocutori.

8. În ultimul capitol al lucrării ne-am referit la caracteristicile **limbajului publicitar**, fenomen lingvistic studiat puțin în țara noastră, și am analizat **folosirea pronumelor personale alocutive în mesajul publicitar** precum și unele inovații lexicale în limbile italiană, franceză și română. Publicitatea folosește un limbaj specific, redundant din nevoia de precizie, adecvat scopului său persuasiv. Un anunț publicitar personalizat va trezi mult mai mare interes decât anunțul generalizat. Prin utilizarea pronumelor personale alocutive în mesajul publicitar se realizează desemnarea explicită a destinatarului: publicul, posibilul cumpărător. Pronumele alocutive întrebuițate în publicitate arată maniera în care se efectuează contactul emițător/receptor, marcând relațiile sociale și mentalitatea unei perioade istorice. *Tu* este pronumele alocutiv cel mai des folosit în contextul dialogului; poate să se refere la publicul cumpărător, sau la protagoniștii

reclamelor. Pronumele adresării intime creează o atmosferă modernă, familiară și voit tinerească. Un alt pronume alocutiv frecvent întâlnit în mesajele promoționale este *voi* (rom., it.), *vous* (fr.), care la plural poate fi confundat cu un pronume reverențial: *dumnevoastră*, *voi* (it. plural, fiind forma contemporană uzuală atât pentru pluralul pronumelui *tu* cât și pentru *Lei*), *vous* (fr. singular, plural). Pronumele *voi* conduce la o sensibilizare și la o mobilizare accentuate prin apartenența afectivă la grup. *Noi*, un fel de „*pluralis maiestatis*” în publicitate, este vocea unei anumite firme producătoare. Numărul sugerează și forța participanților la realizarea obiectului căruia i se face reclamă, contribuind o dată în plus la superioritatea calitativă a acestuia și la acceptarea produsului la nivel de masă în rândurile consumatorilor. Cumpărătorul va dori să se alăture fericiților posesori ai produsului și să beneficieze de serviciile care-i fac viața mai comodă. *Eu*, pronunțat de actori populari, sportivi îndrăgiți, femei sau tineri atrăgători incită la acțiune prin stimularea dorințelor de solidaritate și imitație. Întrebuințarea unui anumit pronume personal este una dintre strategiile psihologice ale limbajului publicitar. Remarcăm prezența sporadică a pronumelui reverențial *dumneavoastră* în limba română în reclamele adresate unui public restrâns, și anume persoanelor care ocupă o poziție socială deosebită. Trecerea de la *dumneavoastră* la *voi* este însă frecventă în reclamele prezentate pe canalele radiofonice și de televiziune care se adresează cu precădere tinerilor.

Exprimarea uzitată de limbajul publicitar poate acționa asupra limbii ca un agent coroziv dar, în același timp, este cea care propune, experimentează și răspândește noi termeni și mode. Monotonie creată de repetiția inevitabilă duce, în mod paradoxal, la o succesiune rapidă de forme mereu noi.

Literatura coexistă cu știința, citatele erudite cu limba vorbită și cu cea a benzilor desenate. Toate aceste registre

alternează creând neprevăzutul, stârnind uimire, consternare, respingere, bucurie sau plăcere, realizându-și din plin scopul dinainte propus, trezirea interesului.

Un studiu dedicat exprimării reverențiale în limbile romanice nu poate fi considerat niciodată exhaustiv. Valorificând și sporind studiile și interpretările precedente din acest domeniu, cercetarea noastră răspunde unui orizont de așteptare în lingvistica romanică din țara noastră și deschide calea unor exegeze viitoare care vor reflecta mai complex actul și expresia lingvistică a reverenței în societatea umană.

NOTE

¹ Am ales termenul de “reverență” deoarece are o arie semantică mai amplă, incluzând și ideea de deferență, de ceremonial și de curtoazie. Acest termen sugerează un uz stabil al unor forme și nu doar rezultatul unei atitudini momentane. Unii lingviști consideră termenii “reverență” și “politețe” sinonimi. Cuvântul “politețe” provine din limba latină, din verbul “polire” = a finisa, a curăța. În sens figurat poate însemna o remarcabilă perfecțiune formală, de stil. În limba italiană nu există acest termen. “Politezza”, format după francezul “politesse”, înseamnă amabilitate; cuvântul uzual în limba italiană este “cortesìa”, curtoazie și provine din provensalul “cortes”, curtenesc, specific curții feudale. În limbile spaniolă și portugheză se folosește formula “formas de tratamiento”, mod de abordare a interlocutorului, salut. Termenul de “reverență” provine din limba latină și înseamnă plecăciune, salut respectuos, temenea, venerație, stimă. S-a păstrat și în limba italiană, deși astăzi are o conotație ironică, glumeață, în expresia: “La riverisco, signore”.

² În limba latină, “allocutio, allocutionis” înseamnă cuvântare, convorbire; alloquor, loqui, locutus sum (lat.) – a vorbi cuiva, a se adresa cuiva. S. Stati, *Il dialogo*, Liguori Editori, Napoli, 1988, p.43 definește astfel *alocuția*: “Dimensiunea alocutivă a unui enunț este un ansamblu de factori pragmatici relevanți pentru exprimarea și înțelegerea relației interlocutive: mențiunea alocutorului; scopul enunțării; efectul pe care vorbitorul vrea să-l producă asupra alocutorului când enunță o frază; raportul pe care locutorul vrea să-l stabilească prin interacțiunea verbală cu alocutorul; atitudinea față de comportamentul verbal sau non verbal al alocutorului. *Dimensiunea alocutivă* nu se referă doar la ceea ce, într-un enunț, implică existența unui receptor; în definitiv, orice expresie verbală și nu doar fraza în dialog, este orientată spre cineva”.

“Re-vereri” (lat) înseamnă a da dovadă de profund respect, cu manifestări ceremonioase. Datorită faptului că pronumele alocutive s-au născut din manifestarea unui ceremonial față de un “superior”, se preferă acest termen tuturor celorlalți definiți mai sus.

Menționăm că nu toate pronumele alocutive sunt reverențiale; este cazul pronumelor personale de adresare de persoana a II-a singular și plural, *tu*, *voi* și pronumele de persoana I plural, *noi*. De asemenea, nu toate pronumele reverențiale sunt alocutive; ne referim, de exemplu, la pronumele de persoana a III-a românești: *dumnealui*, *dumneaei*, *dumnealor*, *domniile lor* care denumesc politicos o persoană prezentă sau absentă.

- ³ T. Cipariu, *Opere*, II, București, Editura Academiei Române, 1992, reeditare, ediție îngrijită de Carmen Gabriela Pamfil.
- ⁴ *Gramatica limbii române* (I), București, Editura Academiei, R.P.R., 1954, p.200
- ⁵ Iorgu Iordan, *Limba română contemporană*, București, Editura Ministerului Învățământului, 1956, p.373
- ⁶ La Bruyere, *Caracterele* (I), trad. Aurel Tita, București, Editura pentru literatură, 1966, p.245
- ⁷ Tatiana, Slama-Cazacu, *Formule de politețe în limba română -structură și funcții* in SCL, an XXXIV, nr.3, București, 1983, p.242.
- ⁸ Provine din lat. *polis*, oraș; în mediul urban, politețea are trăsătura [+convențional]; în mediul rural, [+respect], în limbaj religios, politețea exprimă umilința față de divinitate, având trăsătura [+sacru].
- ⁹ *Le Petit Robert* (1991) propune pentru cuvântul **politețe** următoarea definiție: "Ensemble des règles qui régissent le comportement, le langage considérés comme les meilleurs dans une société; le fait et la manière d'observer ces usages".
- ¹⁰ *Le Petit Rober* (1981) definește astfel deferența: "considération très respectueuse que l'on témoigne à quelqu'un", in C.Kerbrat-Orecchioni, *Les interactions verbales*, Paris, Armand Colin, 1992, pp. 162-163
- ¹¹ Alexandru Niculescu, *Strutture allocutive pronominali riverenziali in italiano*, Firenze, Leo S. Olschki Editore, 1974
- ¹² Bruno Migliorini, *Primordi del Lei in Saggi linguistici*, Firenze, Firenze, Le Monnier, 1957
- ¹³ Luca Serianni, *Grammatica Italiana*, Torino, UTET, 1991
- ¹⁴ Rafael Lapesa, *Historia de la lengua española*, Madrid, Biblioteca Romanica Hispanica Editorial Gredos, 1962
- ¹⁵ Wilhelm.E.Axel, *Pronomes de distancia do portugues actual em Portugal e no Brasil*, Lisboa, 1971
- ¹⁶ Ferdinand Brunot, *Précis de grammaire historique de la langue française*, Paris, G. Masson Editeur, 1956
- ¹⁷ Maurice Grévisse, *Le bon usage*, Duculot, Gembloux, Belgique, 1975
- ¹⁸ O. Densusinu, *Opere*, II, București, Minerva, 1975, pp. 149, 529, 532
- ¹⁹ A.Rosetti, *Istoria limbii române*, I, București, Editura Științifică, 1964, pp. 122, 153
- ²⁰ Al.Niculescu, *op.cit.*, p.12
- ²¹ Titus Livius, *Ab urbe condita*, (I, II), București, Teora, 2000, p.96, trducere Paul Găleşanu

- ²² L. Ionescu-Ruxăndoiu, D. Chițoran, *Sociolingvistica. Orientări actuale*, București, 1975, p. 50. Sintagma "indice diagnostic" aparține autoarei L. Ionescu-Ruxăndoiu.
- ²³ M. Paraschiv, *op.cit.*, passim.
- ²⁴ *idem*, Documentele Veress, XI, 152, X, 29, Costăchescu, 1, II, 230
- ²⁵ *ibidem*, Documentele Costăchescu, 2, 69, Hurmuzaki, XI, 11
- ²⁶ Al. Niculescu, *op.cit.*, p. 78.
- ²⁷ M. Grévisse, *op.cit.* passim
- ²⁸ Înțelegem prin "semioză", realitatea de tip actanțial care vizează experiența de cunoaștere și produce semne și prin "semantică", transpunerea acestei realități la nivel lingvistic prin cuvinte dotate cu sens sau cu sumă de sensuri.
- ²⁹ R. Brown și A. Gilman, *I pronomi del potere e della solidarietà*, in *Linguaggio e società*, Bologna, Il Mulino, 1973, pp. 304-305.
- ³⁰ F. Brunot, *op. cit.*, p. 286
- ³¹ B. Migliorini, *op.cit.*, p. 187
- ³² Menționăm că voievozii români nu au spus niciodată *noi*, ci *eu* sau *io*.
- ³³ Al. Niculescu, *op. cit.* p. 80
- ³⁴ S. Stati, *Pronumele în Istoria limbii române*, vol. I, București, Editura Academiei R.P.R., 1965, p.147
- ³⁵ E. Benveniste, *Omul în limbaj*, in *Problèmes de linguistique generale*, Paris, Gallimard, 1966
- ³⁶ V. Väänänen, *Introduction au latin vulgaire*, Paris, Librairie C. Klincksieck, , 1963, pp.127 - 135
- ³⁷ V. Väänänen, *op.cit.* p.128
- ³⁸ D. Găzdaru, *Descendenții demonstrativului ille în limba română*, Iași, Viața românească, 1929, pp. 13-16
- ³⁹ Pentru evoluția sunetelor latine în limba română, cf. Florica Dumitrescu (coord.), *Istoria limbii române . Fonetică, morfosintaxă, lexic*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1978
- ⁴⁰ D. Găzdaru, *op.cit.*, pp. 40-41
- ⁴¹ S. Stati , *op.cit.* p.155
- ⁴² *ibidem*
- ⁴³ R. Lapesa, *op.cit.* p.512
- ⁴⁴ *idem*, p.397
- ⁴⁵ *ibidem*
- ⁴⁶ *ibidem*
- ⁴⁷ *idem*, p.582
- ⁴⁸ *idem*, 583
- ⁴⁹ *ibidem*

⁵⁰ A.Niculescu, *op.cit.* p. 144

⁵¹ F.Brunot, *op.cit.*, p. 35

⁵² R.Brown și A.Gilman, *op.cit.* p. 314, (tradus de noi)

⁵³ *idem*, p.320

⁵⁴ M.Grévisse, *op.cit.*, p. 962

⁵⁵ *ibid.*

⁵⁶ A.Niculescu, *op. cit.*, p. 78

⁵⁷ Ciclo d'Alcamo, *Contrasto*, apud Al. Niculescu – *op. cit.* p.83

⁵⁸ În limba română întâlnim pronumele *voi* politicos, în adresarea către femeie, în poeziile lui M. Codreanu.

⁵⁹ Dante Alighieri, *La Divina Commedia*, Milano, Biblioteca Economica Newton, 1993, *Inferno*, XV, 30, p. 118

⁶⁰ Dante Alighieri, *Paradiso*, XVI, 10-12, p. 532

⁶¹ Dante Alighieri, *Divina Comedie*, traducere de Giuseppe Cifarelli, Craiova, Editur Europa, 1993, p.279

În traducerea Etei Boeriu, Dante Alighieri, *Divina Comedie*, București, Minerva, 1982, p.145, nu apare pronumele *voi*, ci apelativul “doamne”. Dante, arată Eta Boeriu, întrebuițează pluralul pentru a-și arăta respectul față de CacciaGuida, ilustrul său strămoș: “Cu “doamne”-am prins a mă rosti pe mine,

Precum la Roma –n vremi ce sunt departe
Și-așa cum azi nu se rostește nime”

⁶² Francesco Petrarca, Sonetto 3, apud Al. Niculescu –*op.cit.*, p. 89

⁶³ Francesco Petrarca, Sonetto 280, *ibidem*

⁶⁴ Coluccio Salutati, in A.Niculescu, *op.cit.*, p.89

⁶⁵ *Del reggimento e costume di donna*, in A.Niculescu, *op.cit.* p.90

⁶⁶ Scrisoare din 19.12.1451, document nr.1, aparținând Arhivei din Milano, Fondo Sforzesco, cart. 657

⁶⁷ Massimo Birattari, *Italiano, corso di sopravvivenza*, Milano, Ponte alle grazie, 2000 p.132.

⁶⁸ *ibidem*

⁶⁹ *ibidem*

⁷⁰ Bruno Migliorini, *op.cit.*, p.193

⁷¹ *Idem*, p. 194

⁷² *ibidem*

⁷³ G.M.Alessandri, *Paragone della lingua toscana e italiana*, Napoli, 1560, p.60, in B.Migliorini –*Saggi linguistici*, Firenze, Le Monnier, 1957, p.196

⁷⁴ *Paradossi*, 1543, apud B. Migliorini, *op. cit.*, p.195

⁷⁵ B. Migliorini, *Storia della lingua italiana*, Bompiani, Milano, 1994, pp. 263 - 264

- ⁷⁶ B. Migliorini, *Primordi del Lei*, în *op.cit.*, p.189
- ⁷⁷ G. M. Alessandri, *Paragone della lingua toscana e italiana*, apud B. Migliorini – *op. cit.*, p. 196
- ⁷⁸ În fapt, nu este vorba de o conversie absolută în pronume, deoarece substantive ca *signoria*, *magnificenza* etc. își păstrează calitatea denominativă noțională și deci calitatea de substantive în același timp; ele nu devin pronume, ci sunt nume generice alocutive. În aceste condiții, este mai convenabil să considerăm procedeul o transformare reversibilă și existența la nivelul acestor substantive întrebuințate pronominal a unui cumul morfologic (cf. M. Secrieru, *Nivelul sintactic al limbii române*, Gee, Botoșani, 1998, p.).
- ⁷⁹ L. Serianni, *Grammatica italiana, italiano comune e lingua letteraria*, Torino, UTET, 1991, p.262
- ⁸⁰ Massimo Birattari, *Idem*, pp.133 - 134
- ⁸¹ L. Serianni, *op. cit.* p. 263
- ⁸² G.Leopardi, *Tutte le poesie e tutte le prose*, Roma, Newton, 1997, p.1123 și urm.
- ⁸³ *ibidem*
- ⁸⁴ *ibidem*
- ⁸⁵ *ibidem*
- ⁸⁶ M.Birattari, *op. cit.*, p. 134
- ⁸⁷ *ibidem*
- ⁸⁸ B.Cicognani relua în articol părerea unor literați ai secolului al XVI-lea, precum: Bernardo Tasso, Anibal Caro, Claudio Tolomei, care au fost împotriva generalizării formei pronominale indirecte.
- ⁸⁹ Jaqueline Brunet, *Grammaire critique de l'italien*, Paris, Presses Universitaires de Vincennes, Fascicule 9,,VIII, 1987, pp.69-70.
- ⁹⁰ Jaqueline Brunet, *op.cit.*, pp.70-71.
- ⁹¹ *idem*
- ⁹² Dino Buzzati, *Lettere a Brambilla*, Novara, Di Agostini, 1985, p.249.
- ⁹³ Jaqueline Brunet, *op.cit.*, p.72.
- ⁹⁴ *idem*, p.78.
- ⁹⁵ C.Dimitriu, *Tratat de gramatică a limbii române. Morfologia*, Iași, Institutul European, 1999, pp. 254-258.
- ⁹⁶ *Crestomație de literatură română veche*, vol.I, Cluj-Napoca , Editura Dacia, 1984, pp.32-33
- ⁹⁷ *idem*, p.34
- ⁹⁸ *idem*, p.40. Cocrișel, prizonier în timpul luptelor lui Mihai Viteazul, se adresează părinților săi din Moldova rugându-i să-l elibereze.
- ⁹⁹ *Idem*, p.42

¹⁰⁰ C.Dimitriu, *op.cit.*, p.254-258

¹⁰¹ Despre pronumele *singur* se vorbește deja în *Gramatica românească* a lui Dimitrie Eustatievici Brașoveanu, unde, arată C.Dimitriu, este clasat în rândul celor 16 "în loc de numele", pronumele "arătătoare". Un comentariu asupra acestui pronume aparține lui Stelian Dumistrăcel care spune ca *singur* este un adjectiv asemănător lui *mata*, însă mai familiar: "vreau să te întreb, *sîngur*, nu vii cu noi?" (*Glosar regional*, L.R, 1961, nr.3, pp.239-240, în C.Dimitriu, *op.cit.*, p.255) A.Graur consideră că acest pronume este un calc după maghiarul *maga*, care înseamnă *însuși*, *singur* și *dumneavoastră* (vezi *Etimologii românești*, București, 1963, p.39). Alți autori consideră (E.Petrovici, citat de C.Dimitriu, p.256) formulează ipoteza ca *singur* ar fi o calchiere a întrebuintării asemănătoare lui *cam* adică, *singur*, *însuși* din graiurile rusești și ar avea și sensul de *stăpânul casei*, *capul familiei*, *stăpânul unei întreprinderi*. Acest pronume are doar forme de masculin, nominativ și acuzativ. Ar putea fi moștenit din latină, arată C.Dimitriu (p.256), din adjectivul *singur*. O persoană de gen masculin, căreia i se datora respect din motive sociale sau familiale, trăia singură.

¹⁰² C.Dimitriu, *op.cit.*, p. 256

¹⁰³ *Crestomație*, p. 45

¹⁰⁴ Marco Bandini, *Visitatio omnium ecclesiarum catholicarum ex Moldavia (1646-1648)*, ediție bilingvă cu studiu introductiv, traducere, note și comentarii de Traian Diaconescu, Iași, Institutul European, 2002, partea a III-a, cap. 1-2

¹⁰⁵ Marco Bandini, *op.cit.*: "Să fie neamul moldovenilor necultivat prin carte, totuși el are obiceiurile sale: oameni de orice rang, stare sau sex, salutându-e între ei, sărută mâinile, în semn de onoare și iubire. Desigur, stăpânii nu fac <aceasta> cu servitorii sau cu alți oameni dintr-o stare mai joasă, ci, în semn de bunăvoință sau favoare, le întind mâna pentru a fi sărutată. Oameni de rând, când vin la Principe îi sărută picioarele și la fel fac supușii față de stăpânii lor sau cei prinși într-o crimă, când cer iertare în genunchi, sau când o dobândesc. <Moldovenii> nu obișnuiesc să îndoieie genunchiul, ci tot corpul, cu mâna la piept, cu capul descoperit, ori de câte ori venerează pe cineva sau când salută un bărbat repectat sau o femeie. Dacă un bărbat de seamă intră în casa altuia se așterne o perină, un covor sau o pânză curată unde se vede că se așează ospetele. Un inferior, precum un supus față de domn, nu se duce la un om de rang mai mare sau aproape egal fără un mic dar; nu importă că este adus un dar mic sau mare, ci numai să nu vină cu mâinile goale, ca să-și arate sufletul binevoitor Moldovenii sînt mult mai ospitalieri decît transilvănenii și alți valahi. Numai cei de la

hotarele Poloniei s-au pătruns de obiceiul vecinilor care nu vor să dăruie nimic străinilor...”

¹⁰⁶ O.Densusianu, *op.cit.*, p. 532

¹⁰⁷ Remarcăm împreună cu V. Iancu (*Limba cotidiană și rostire literară*, Oradea, Facla, 1977, p.132) că pronumele *dumneata*, provenit din *domnia ta* se mi bucură de conotația de respect doar în mediul rural; nu a dispărut din mediul urban, dar “a dispărut politețea din el”. *Dumneata* este un fel de *tu* și ascunde sentimente ce nu pot fi exprimate; este astăzi un pronume al politeții reduse ce vrea să țină interlocutorul la distanță și este perceput ca mai nepolitic decât *tu*, care, cel puțin, indică familiaritate, prietenie. Poate fi considerat ca pronume de politețe doar în mediul sătesc, unde se păstrează parțial structuri etico-sociale vechi.

¹⁰⁸ A.Niculescu, *op.cit.*, p. 131

¹⁰⁹ I.Iordan, *Introducere în filologia romanică*, București, Ed. Științifică, 1951.

¹¹⁰ Al.Niculescu și Alexandra Roceric, *Pronumele “dînsul” în limba română*, SCL., VIII, 1957, nr. 3, pp.315-343.

¹¹¹ S.Pușcariu, *Limba română*, București, Minerva, 1976, p.41

¹¹² I.Iordan, *op.cit.*, passim

¹¹³ O.Densusianu, *op.cit.*, passim

¹¹⁴ A.Rosetti, *Istoria limbii române, Limba Latină*, vol I, București, 1938, p.36

¹¹⁵ E.Axel Wilhelm, *Pronomes de distância do português actual em Portugal e no Brasil*, Lisboa, 1979, p. 15

¹¹⁶ *idem*, p. 16

¹¹⁷ Pilar Vázquez Cuesta, Maria Albertina Mendes da Luz, *Gramática portuguesa*, (II), Madrid, Editoril Gredos, 1971, p.159

¹¹⁸ *idem*, p.162

¹¹⁹ Catherine Kerbrat-Orecchioni, *op. cit.*, p.15

¹²⁰ “sessismo linguistico” în limba italiană

¹²¹ În acest sens, vezi și Anne-Marie Houdebine-Gravaud, cap. VII, *Gen și sex în franceza contemporană*, în volumul: *Femeia invizibilă sau despre invizibilitatea femeii în limbaj*, Iași, Editura Universității “Al.I.Cuza”, 1997, p.105

¹²² *La Stampa*, 16.10.1995

¹²³ A. De Benedetti, F. Gatti, *Routine e rituali nella comunicazione quotidiana*, Torino, 1997, curs universitar

¹²⁴ Cunha și Luis F. Cintra, *Nova Gramática do Português Contemporâneo*, Lisboa, Edições Joãos Sã da Costa, 1995, p.295

¹²⁵ A. Merlan, *Limba portugheză*, Iași, Editura Junimea, 1999, p.124

¹²⁶ P.Vasquez Cuesta, M.A. Mendes da Luz, *op.cit.*p.159

¹²⁷ *idem*, p.161

¹²⁸ Norma Carricaburo, *Las formulas de tratamiento en el español actual*, Madrid, Arco Libros, 1997, pp.59

¹²⁹ *idem*, p.61

¹³⁰ Werner Beinhauer, *El espanol coloquial*, Madrid, Biblioteca Románica Hispánica, Editorial Gredos, 1991, pp. 27-37

¹³¹ N. Carricaburo, *op. cit.*, p.60

¹³² Și în acest caz putem vorbi de “sexism” lingvistic; *hombre* este simțit ca nume generic, *om*, pierzând caracterul de [+masculin], având sensul aproximativ în limba română de “măi, omule” din adresarea populară din partea soțului față de soție.

¹³³ În perioada comunistă singurul titlu alocutiv de adresare permis era *tovarăș*, *tov*, *tovul X*, *tovarășul inginer*, *tovarășul doctor*, *tovarășul profesor*, *tovarășa învățătoare*, *profesoară* sau simplu, *tovarășa* astăzi evitat, considerat nepoliticos, ironic, învechit, este înlocuit cu *domn* sau pentru alte circumstanțe *asociat*, *partener*, *colaborator*; se păstrează însă în sintagma “tovarăș de drum”.

¹³⁴ În literatura beletristică de la sfârșitul secolului al XIX-lea și prima jumătate a secolului al XX-lea, întâlnim și termenul *domnișorul*, astăzi desuet. Și limba italiană prezintă substantivul corespunzător, *signorino*, folosit în aceeași perioadă, mai ales în literatură și cinematografie, în adresarea față de fiul unor familii foarte bogate, renumite.

¹³⁵ Anne-Marie Houdebine Gravaud, *op.cit.*, p.131

¹³⁶ Aurelia, Marinescu, *Codul bunelor maniere astăzi*, București, Humanitas, 2002, p.66

¹³⁷ Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *Sociolingvistică și semantică* apud I. Coteanu, L. Wald – *Semantică și semiotică*, București, Editura Științifică și enciclopedică, 1981, pp. 240 -257

¹³⁸ Stelian, Dumistrăcel, *Sate dispărute, sate amenințate*, Iași, Institutul European, 1995, p.148

¹³⁹ *ibidem*

¹⁴⁰ A.M Houdebine – Gravaud, *op.cit.*, p.43

¹⁴¹ Limba română nu înregistrează în lucrările lexicografice această formă de feminin, pe care noi am tradus-o după canadianul *la ministre*, înregistrând doar *ministreasă*, la feminin, care are semnificația de “soție de ministru”.

¹⁴² *idem*, p.45

¹⁴³ *idem*, pp. 46-47

¹⁴⁴ Anne-Marie Houdebine-Gravaud, *Sur la féminisation des noms de métiers en français contemporain*, în *Recherches Féministes*, vol. 5, Université Laval, Québec

- ¹⁴⁵ “Feminizarea maximală”, arată aceeași autoare, p.50, presupune crearea unui termen prin împrumut, iar “feminizare minimă”, folosirea morfologiei verbale, “une médecin blonde”.
- ¹⁴⁶ A. M. Houdebine-Gravaud, *op.cit.*, p.52
- ¹⁴⁷ Catherine, Kerbrat-Orecchioni, *op.cit.* p. 22
- ¹⁴⁸ T. Slama-Cazacu, *Formule de politețe în limba română: structură și funcții*, în SCL, XXXIV, nr. 4, București, 1983, p.239
- ¹⁴⁹ Gaetano, Berruto, *La Sociolinguistica*, Bologna, 1987, Zanichelli, p.21
- ¹⁵⁰ Mario, Alinei, *Il sistema allocutivo dei saluti in italiano, inglese e olandese*, în *Lingua e dialetti, strutture, storia e geografia*, Bologna, Il Mulino, 1984, p.p 23-36
- ¹⁵¹ *idem*, p.28
- ¹⁵² vezi M.Sala, *Faceți cunoștință cu limba română*, Cluj, Echinox, 2001, pp.158-160
- ¹⁵³ Eugen Coșeriu, *Lingvistica din perspectiva spațială și antropologică*, Chișinău, 1994, pp.144-145
- ¹⁵⁴ *ibidem*
- ¹⁵⁵ Informații obținute în urma unui chestionar –anchetă efectuată în Bistrița Năsăud.
- ¹⁵⁶ Catherine, Kerbrat-Orecchioni, *op.cit.* p. 109, prezintă cazul unui student sirian care a făcut următoarea observație după efectuarea unui sejur în Franța: “C’est curieux, chez nous on dit <à demain, si Dieu le veut>, alors que chez vous on dit <à demain, si vous voulez bien...> (Este straniu, la noi se spune <pe mâine, dacă vrea Domnul>, iar la voi <pe mâine, dacă vreți...>) Politețea este personalizată în societățile occidentale spre deosebire de păstrarea unor ritualuri foarte rigide în societățile orientale, de pildă.
- ¹⁵⁷ Aurelia Merlan, *op.cit.*, p.26
- ¹⁵⁸ Marica Pietreanu, *Salutul în limba română*, București, Ed. Științifică și enciclopedică, 1984, p.201
- ¹⁵⁹ D. Irimia, *Structura stilistică a limbii române contemporane*, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1986, p.80
- ¹⁶⁰ Lorenzo Renzi, *La deissi personale e il suo uso sociale*, Firenze, Le Lettere, 1993, p.362
- ¹⁶¹ A.Niculescu, *op.cit.*, p.21
- ¹⁶² Liliana, Ionescu-Ruxăndoiu, *Conversația*, București, Ed. ALL, p.85
- ¹⁶³ A.Niculescu, *op.cit.*, p.15
- ¹⁶⁴ *idem*, p.16
- ¹⁶⁵ R.Brown, A.Gilman, *op.cit.*, p 307
- ¹⁶⁶ *idem*, p.308

- ¹⁶⁷ J. A. Miranda, *Usos coloquiales del español*, Salamanca, Publicaciones del Colegio de Espagna, Centro Internacional de estudio del espanol, 1992, p. 49
- ¹⁶⁸ A. Marin, *El uso del "tu" y "usted" en el espagnol actual*, Hispania, LV, 1972, p.904
- ¹⁶⁹ Inno, *La Santa Messa domenicale*, p.2
- ¹⁷⁰ *Offertorio*, in *Il libro della madre cristiana*, Bergamo, Libreria Greppi, 1938, p.304.
- ¹⁷¹ *Idem*, p.351, *Atto di carità*
- ¹⁷² *Psaltirea, Psalmul 50*, București, Editura Institutului biblic și de misiune al Bisericii Ortodoxe Române, 1998, p.98.
- ¹⁷³ *Mica pravilioară, Biblioteca Ortodoxiei*, p. 32
- ¹⁷⁴ *Nuevo Testamento, San Juan, 17,1-3*, Madrid, Sociedad Bíblica Santa Engracia, 1992, p.189
- ¹⁷⁵ *Biblia Sagrada, João, 17, 1-3*, Brasilia, Sociedade Bíblica do Brasil, - DF, 1969, p.135
- ¹⁷⁶ *Idem, Salmo 51*, p.592
- ¹⁷⁷ *La Sainte Bible, Saint Jean, 17*, Belgique, Brepols, Charleroi, 1965, p.1223
- ¹⁷⁸ *Noul Testament*, București, Editura Institutului Biblic și de misiune al Bisericii ortodoxe Române, 1983, p.259
- ¹⁷⁹ *San Lucas*, in *op.cit.*, p.122
- ¹⁸⁰ *Lucas*, in *op.cit.*, p.89
- ¹⁸¹ A. Niculescu, *op.cit.*, p.142
- ¹⁸² *Célébration pénitentielle, Sur les chemins des béatitudes*, p.3
- ¹⁸³ Liturghie din 31 Octombrie 1999- Paroisse St.Lazare - St. Nicolas d'Angers.
- ¹⁸⁴ *Rugăciune către Dumnezeu Fiul*, in *Preces*, Iași, Institutul Romano Catolic, 1996, p.9
- ¹⁸⁵ Lorenzo Renzi, *op.cit.* pp.375-376
- ¹⁸⁶ *Le francais dans le monde*, juillet 1987, p.44
- ¹⁸⁷ Jose Joaquim, Nunes, *Compendio de gramatica Historica Portuguesa*, Lisboa, Livraria Classica Editora, 1930
- ¹⁸⁸ Axel Eberhard, Wilhelm, *op.cit.* passim
- ¹⁸⁹ Celso Cunha, Luis, F.Lindley Cintra, *op.cit.* pp 292-298
- ¹⁹⁰ Werner, Beinhauer, *El espagnol coloquial*, Madrid, Gredos, 1991, p.26
- ¹⁹¹ L.Renzi, *op. cit.*, p.376
- ¹⁹² Liliana, Ionescu-Ruxăndoiu, *op.cit.*, p. 85
- ¹⁹³ L.Renzi, *idem*, p.376
- ¹⁹⁴ Catherine, Kerbrat-Orecchioni, *Les interactions verbales*, II, Paris, Armand Colin, 1992, p.9.

¹⁹⁵ Samuel Gilli, Gaya, *Curso superior de sintaxis española*, Barcelona, 1961, p.227

¹⁹⁶ Dàmaso Alonso, *La muerte del « usted »*, apud Norma Carricaburo, *op. cit.*, p.10: « nos sentimos incòmodos en el nuevo *tú*, con sensación de màscara. Qué suave era el *usted*, qué sincero, cuántos matices permitía ! La amistad, el *tú*, se ganaban, se construían lentamente. El *tú* era entonces un verdadero *tú*: para Dios, para nuestra familia, para la sabrosa y sentimentada intimidad. La lengua es un sistema inestable: cada cambio en un punto tiene su inmediata reacción en otro. Y el hundimiento del *usted* ha traído consigo la profanación del *tú* » (Nu ne simțeam în largul nostru cu noul *tú*, aveam senzația că purtăm o mască. Ce plăcut era pronumele *usted*, ce sincer și câte nuanțe oferea! Prieteia, folosirea lui *tú* în adresare se câștigau treptat, se construiau încet, încet. *Tú* era atunci un adevărat *tú*: pentru Dumnezeu, pentru familia noastră, pentru plăcuta și sedimentată intimitate. Limba este un sistem instabil; orice schimbare produsă într-un punct are o reacție corespunzătoare în alt punct, iar prăbușirea pronumelui *usted* a atras cu sine profanarea pronumelui *tú*.)

¹⁹⁷ Axel, Wilhelm, Eberhard, *op.cit.*, p.23

¹⁹⁸ *idem*, p.22

¹⁹⁹ L.Renzi, *op.cit* p.377

²⁰⁰ Iorgu, Iordan, *Stilistica limbii române*, București, Ed. Stiințifică, 1975, p.115

²⁰¹ Iorgu, Iordan, *op.cit.*, p.117

²⁰² Iorgu Iordan, *Limba română contemporană*, Editura Ministerului Învățământului, București, 1956, p.376

²⁰³ *Ibidem*

²⁰⁴ J.Green, *Journal*, apud, M.Grévisse, *op. cit.*, p. 262

²⁰⁵ L. Renzi, *op.cit.*, p.376

²⁰⁶ D.Irimia în *Gramatica limbii române*, Polirom, Iași, 1997, pp.109-110, definește astfel pronumele de politețe: "Pronumele de politețe este un pronume marcat în planul său semantic, prin luarea în considerație a unor componente speciale aparținând coordonatei pragmatice a actului lingvistic concret; este expresie a atitudinii deferente a locutorului față de interlocutor sau față de obiectul comunicării, când acesta aparține câmpului semantic uman și este înscris, deci, în paradigma categoriei gramaticale a persoanei."

Structura semică a pronumelui reverențial este următoarea: semul 1 – pronumele substituie un nume; semul 2 – indică o persoană; semul 3 – persoana este considerată în raport cu alta + [reverență].

²⁰⁷ Franca Orletti, *Fra conversazione e discorso*, La Nuova Italia Scientifica, 1994, pp. 114-115

²⁰⁸ Franca Orletti, *op.cit.*, p.117

²⁰⁹ M. Sala, *op.cit.*, p.160, consideră că pronumele *dumneata* exprimă în adresare un grad minim de politețe, de condescendență.

²¹⁰ M.Grévisse, *op.cit.*, p. 964

²¹¹ Raffaele Simone, *In pretura con il "tu" in Italiano oltre 5/90*, pp.207-208.

²¹² B. Vian, *L'écume des jours*, apud M. Grévisse, *op. cit.* p. 965

²¹³ M. Grévisse, *idem*, p.965

²¹⁴ L. Serianni, *op.cit.*, p.266

²¹⁵ Catherine, Kerbrat-Orecchioni, *op.cit. II*, p.208 De asemenea, înlocuirea persoanei a II-a cu a III-a este numită "iloiment" și exprimă deferență, însă se află astăzi în declin evident; "Si Monsieur avait une minute, je montais parler à Monsieur"; remarcăm și prezența imperfectului de modestie, (dacă Domnul ar avea un minut, aş urca să vorbesc cu Domnul). Era maniera de adresare a servitorilor față de stăpâni. În limba română imperfectul indicativ se traduce prin condițional prezent. Și în limba italiană întâlnim folosirea imperfectului "di modestia" și a condiționalului prezent pentru o exprimare mai politicoasă, pentru a atenua o cerere.

²¹⁶ Norma Carricaburo, *op.cit.*, p.66.

²¹⁷ Iorgu Iordan, *op.cit.*, p.116

²¹⁸ L. Serianni, *idem*, p.265

²¹⁹ G.S.Gaya, *op.cit.*, p.227

²²⁰ W.Beinhauer, *op.cit.*, p. 40.

²²¹ *ibidem*

²²² E. Axel, Wilhelm, *op.cit.* p.24

²²³ M. Grevisse, *Le bon usage*, Belgique, Duculot, 1975, pp. 480-481

²²⁴ În limba franceză folosirea în adresare a pronumelui *vous* se numește "vouvoiment", "vousoiement" sau "voussoiement" / "tutoiement", adresare cu *tu*.

²²⁵ D. Spiță, *A cache - cache avec "on"*, in *Journées de la francophonie*, p. 326

²²⁶ L. Renzi, *op.cit.*, p. 360

²²⁷ apud L.Serianni, *op.cit.*, p.264

²²⁸ *idem*, p.265

²²⁹ A. Sobrero, *Quando gli italiani si danno del 'tu'*, în *Italiano oltre*, 1990, p.32

²³⁰ L. Renzi, *idem*, p.359

²³¹ E.W.Axel, *op.cit.*, p. 42

²³² *idem*, p. 43-44

²³³ M. Grévisse, *op.cit.* p. 483

- ²³⁴ *idem*, p.481
- ²³⁵ M. Grévisse, *idem*, p. 964
- ²³⁶ L.Renzi, *op.cit.*, p. 378
- ²³⁷ A. de Vigny, *Lettres à Louise Colet*, în *Revue des deux mondes*, 15 ian.1956, p.263
- ²³⁸ M. Grévisse, *idem*, p. 964
- ²³⁹ Titlul unei cărți scrisă de unul dintre cei mai mari agenți de publicitate italieni, M. Rizzi, *La pubblicità è una cosa seria*, Sperling L. Kupfer, Milano, 1987
- ²⁴⁰ Ne referim doar la publicitatea economică, nu și la cea politică.
- ²⁴¹ F.Brune, *Fericirea ca obligație*, Iași, Editura Trei, 1996
- ²⁴² *idem*, p.10
- ²⁴³ cfr. Angela Chiantera, *Una lingua in vendita*, Roma, La Nuova Italia Scientifica, 1993
- ²⁴⁴ V.Packard, *Gli otto bisogni segreti. Il bisogno di immortalità*, Milano, Bompiani, 2002, p. 5
- ²⁴⁵ F. Brune, *op.cit.*, p.25
- ²⁴⁶ În revistele *Dilema* și *22* apar periodic articole referitoare la publicitatea televizată semnate de B. Ghiu și F. Gabrea.
- ²⁴⁷ Citat de Mario Medici, *Pubblicità quinto potere*, în A. Chiantera, *op.cit.*, p.73
- ²⁴⁸ John Vivian, *The media of mass communication*, Londra, Ed. Allyn and Bacon, ediția a V-a, 1999, p. 320
- ²⁴⁹ *Publicity* provine din cuvântul latin “publicus, us”, cu semnificația generală de activitate de popularizare, dar astăzi nu mai are această valoare.
- ²⁵⁰ C.Oli, G. Devoto, *Dizionario della lingua italiana*, Firenze, Le Monnier, 1990
- ²⁵¹ Un alt termen, mai rar întrebuințat eate *slogan* < engl.< irl.*sluagh-ghairm*, care înseamnă strigăt de război, chemare la armată. În secolul al XVIII-lea avea valoare de cuvânt de ordine. În Italia pătrunde în 1930 și este un moto creat pentru a caracteriz un produs, în A. Chiantera, *op.cit.*, p.91
- ²⁵² G. Berruto, *La sociolinguistica*, Bologna, Zanichelli, 1987
- ²⁵³ Eugenio Coșeriu, *Introducere în lingvistică*, Cluj, Editura Echinoc, 1995, p.32-33 definește astfel **limba**: “O limbă nu este, așadar, decât ansamblul actelor lingvistice practic identice ale unei comunități de indivizi, un sistem de izoglose stabilit convențional care însumează ceea ce este comun expresiilor unei comunități sau chiar și unui singur individ în epoci diferite. În afară de faptul că există ca ansamblu de acte lingvistice comune corect exprimate, **limba** se manifestă și ca ansamblu de acte lingvistice comune virtuale: în conștiința fiecăruia dintre noi există limba ca sistem, ca model,

și același model există, de asemenea, deși nu în formă identică, la celelalte persoane care aparțin comunității noastre”.

²⁵⁴ M.Dardano, P.Trifone, *La lingua italiana*, Bologna, Zanichelli, 1985, pp.165-167

²⁵⁵ E. Coșeriu, *op.cit.*, p.21: “Putem defini limbaj orice sistem de semne care servește la intercomunicare, adică la a comunica idei ori stări psihice între doi sau mai mulți indivizi”.

²⁵⁶ M. Dardano, *Manualetto di linguistica italiana*, Bologna, Zanichelli, 1991, p.126

²⁵⁷ A.Medici, apud A. Chiantera, *op. cit.*, p. 79”

²⁵⁸ U.Eco, *Il linguaggio politico*, in G.L. Beccaria, *I linguaggi settoriali*, Milano, Bompiani, 1989, p. 91

²⁵⁹ S. Stati *Il Dialogo*, Napoli, Liguori Editore, 1988, p.68: “Definiamo direttivo l'enunciato con la funzione pragmatica di indurre l'allocutore a compiere oppure a non compiere una azione non verbale o verbale esplicitamente menzionata nell'enunciato”.

²⁶⁰ John Austin, *Quand dire c'est faire*, Paris, Editions du Seuil, 1970

²⁶¹ Sorin Stati, *Le transphrastique*, Paris, Presses universitaires de France, 1990, pp.25-40

²⁶² S. Stati, *Il Dialogo*, p.51: “Definiamo eulogico un enunciato il cui autore si dimostra benevolo, amichevole nei confronti dell'allocutore” Possono essere eulogici sia gli enunciati – stimolo (spotul publicitar) che gli enunciati-replica”.

²⁶³ În limba română au apărut deja referiri la folosirea pronumelor reverențiale în limbajul publicitar, într-un articol, „Publicitate și politețe”, apărut în *România literară*, nr. 41 (18-24.X.1995) p. 10. Autoarea, Rodica Zafiu, remarcă utilizarea pronumelui reverențial dvs., însă, consideră că, deși modelul adresării reverențioase se poate dovedi rezistent, este posibil să fie puternic concurat de formele de adresare familiară tu.

²⁶⁴ Când, unde și cum conțin în ele necunoscutul și misteriosul, pe când dar poate apărea în micile dialoguri imaginare între vânzător și cumpărător: „E prea scump! / - Da, dar țineți cont de...” și urmează enumerarea calităților produsului respectiv.

²⁶⁵ Anne-Marie, Houdebine-Gravaud, *op.cit.*, p. 94-95

²⁶⁶ Oswald Ducrot, Jean-Marie Schaeffer, *Noul dicționar enciclopedic al științelor limbajului* definește la p. 421 astfel stilul: “rezultatul combinării dintre alegerea pe care orice discurs trebuie s-o facă dintr-un anumit număr de disponibilități aparținând limbii și variațiile pe care le introduce în raport cu aceste disponibilități. Adesea, aceste disponibilități se cristalizează în adevărate subcoduri lingvistice, așa cum sunt, de exemplu, registrele de

limbă, care sunt nivele stilistice de care dispun locutorii pentru a-și modela mesajul în funcție de circumstanțe.”

De asemenea, Eugen Coșeriu, *Lingvistica din perspectivă spațială și antropologică*, Chișinău, 1994, p. 144 definește astfel ‘stilul de limbă’: “Ceea ce în modurile de a vorbi este determinat de ‘atitudini’ și nu de condiția socială sau socioculturală constituie stil de limbă. În actul lingvistic atitudinile sociale foarte rar sunt numai și exclusiv ‘sociale’, (referitoare la condiția socială a interlocutorului)”

²⁶⁷ M. Dardano și P. Trifone arată în *op. cit.*, pp.155-156 că epoca actuală este caracterizată de o răspândire a termenilor anglo-americani mai ales în limbajul jurnalistic, în politică, sport și publicitate, situație care în urmă cu 20 de ani era inacceptabilă; un decret-lege din 23.XII.1940 interzicea folosirea cuvintelor străine în afișe, anunțuri comerciale, prevăzând pentru vinovați arestul până la 6 luni.

²⁶⁸ A-M Houdebine-Gravaud, *idem*, p. 96

²⁶⁹ Chiantera, A., *op. cit.*, p. 181

²⁷⁰ *ibidem*

²⁷¹ F.Brune, *op.cit*, p.169

²⁷² *idem*, p. 174

²⁷³ Jean, Baudrillard, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Gallimard, 1972, p. 61

²⁷⁴ F, Brune, *idem*, p.164

²⁷⁵ C, Bonnage, C, Thomas, *Don Juan sau Pavlov? Eseu despre comunicarea publicitară*, Iași, Editura Trei, 1999, p.75

²⁷⁶ G. Folena, *Aspetti della lingua contemporanea: la lingua e la pubblicità*, in *Cultura e scuola*, 1964, III, nr. 9, apud M. Baldini, *Le fantaparoie. Il linguaggio della pubblicità*, Roma, Armando Editore, 1987, p. 47

²⁷⁷ S.Stati, *op.cit.* p.44.

²⁷⁸ *ibidem*

²⁷⁹ E. Benveniste, *Problèmes de linguistique générale*, I, Paris, 1966: “Folosesc *eu* doar când mă adresez cuiva; (...), devin *tu* în alocuția celui care la rândul său se denuște *eu*” Cei doi termeni *eu* și *tu* sunt complementari și reversibili. Locutorul se poate denumi *eu* și în absența unui alocutor, deoarece destinatarul nu este neapărat un alocutor. (trad.n.)

²⁸⁰ F. Brune, *op.cit.*, p.142

²⁸¹ Sabatini, Francesco, *Il messaggio pubblicitario da slogan a prosa- poesia*, în *Il Ponte*, 8, 1968, p. 131

²⁸² Brune, François, *idem.*, p. 11

²⁸³ F. Brune, *idem*, p. 44

²⁸⁴ *idem*, p.45

VI. BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

- ABBRUZZESE, Alberto, FAUSTO, Colombo, *Dizionario della pubblicità. Storia, tecniche e personaggi*, Bologna, Zanichelli, 1994
- ACADEMIA, *Gramatica limbii române*, I-II, București, Editura Academiei, 1966
- ADAM, J - BONHOMME, M, *L'argumentation publicitaire*, Paris, Nathan, 1997
- ALINEI, Mario, *Il sistema allocutivo dei saluti in italiano, inglese e olandese în Lingua, dialetti, struttura, storia e geografia*, Bologna, Il Mulino, 1984
- ARISTOTEL, *Rhétorique*, Paris, Le livre de poche, 1991
- AUSTIN, John L., *Quand dire c'est faire*, Paris, Édition du Seuil, 1970
- AVRAM, Mioara, *Gramatica pentru toți*, București, Editura Academiei, 1986
- BALDINI, Massimo, *Le fantaparole. Il linguaggio della pubblicità*, Roma, Armando Editore, 1987
- BANDINI, MARCO, *Visitatio omnium ecclesiarum catholicarum ex Moldavia (1646-1648)*, ediție bilingvă cu studiu introductiv, traducere, note și comentarii de Traian Diaconescu, Iași, Institutul European, 2002
- BAUDRILLARD, Jean, *Pour une critique politique du signe*, Paris Gallimard, 1972

CUPRINS

I. INTRODUCERE.....	5
1. Stadiul cercetării pronumelor de reverență.....	5
2. Definirea conceptului de politețe.....	10
3. Precizări metodologice.....	10
 II. PARTEA I - GENEZA ȘI EPOCA DE FORMARE A PRONUMELOR DE REVERENȚĂ	 13
1. Pronumele de reverență în latina medievală oficială.....	13
2. Geneza pronumelor de reverență în limbile romanice.....	17
 III. PARTEA A-II-A – PRONUMELE ALOCUTIVE ȘI DE REVERENȚĂ ÎN LIMBAJUL COTIDIAN	 27
1. Pronumele de reverență în limbile romanice	27
2. Titluri și formule de reverență în limbile romanice	57

3. Mesajul de reverență al formulelor de salut.....	75
4. Raportul reverențial simetric în limbile romanice.....	82
5. Raportul reverențial asimetric în limbile romanice.....	102
a. Schimbarea persoanei.....	103
b. Folosirea persoanei I plural.....	109
c. Folosirea persoanei a-II-a plural.....	111
6. Pronumele alocutive de distanțare în limbile romanice.....	113
a. Expresia politeții individualizate.....	113
b. Expresia politeții solemne.....	118
c. Normă și abatere de la normă.....	120
 IV. PARTEA A-III-A – PRONUMELE DE REVERENȚĂ ÎN LIMBAJUL PUBLICITAR.....	125
1. Locul limbajului publicitar.....	125
2. Din istoria publicității.....	128
3. Valoari semantice ale termenului de “publicitate”.....	130
4. Funcțiile lingvistice și pragmatice ale limbajului publicitar.....	131
5. Observații de stil asupra limbajului publicitar.....	140

6. Pronumele personale alocutive și reverențiale	
în limbajul publicitar.....	146
 V. CONCLUZII.....	 163
 NOTE.....	 168
 VI. BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ.....	 183

ISBN: 973-8344-76-X

